

Аннотация дисциплины

«Стратегический маркетинг»

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных компетенций в области стратегического управления маркетингом на предприятии, принятии тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.

Формирование следующих компетенций:

ПКН-4: Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем

ПКН-8: Способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий и социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки

УК-3: Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности

УК-6: Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в цикл дисциплин модуля инвариантных дисциплин, отражающих специфику вуза для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и предназначена для всех магистерских программ направления первого курса.

Изучение дисциплины «Стратегический маркетинг» основывается на сумме знаний, полученных студентами при обучении по бакалаврской программе в ходе освоения дисциплин «Маркетинг», «Основы маркетинга».

Краткое содержание дисциплины:

Сущность и механизм стратегического маркетинга. Управление маркетингом. Организационные формы управления маркетингом. Управление распределением. Стратегии коммуникаций. Контроль, оценка и аудит маркетинга.