

Аннотация дисциплины

«Социальный маркетинг в современном бизнесе»

Цель изучения дисциплины «Социальный маркетинг в современном бизнесе»: формирование у студентов системы глубоких знаний, аналитических и практических навыков по разработке концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере корпорации.

Задачи дисциплины:

- изучить современные маркетинговые концепции и технологии в бизнесе;
- раскрыть содержание социального маркетинга в коммерческой деятельности;
- изучить особенности отдельных элементов комплекса социального маркетинга;
- освоить инновационные маркетинговые технологии в социальной сфере;
- сформировать практические навыки разработки социальных проектов и навыки социальной компетентности в принятии управленческих решений.

Место в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Социальный маркетинг в современном бизнесе» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, и входит в модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение магистерской программы, для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерской программы «Корпоративное управление».

Краткое содержание:

Сущность и содержание социального маркетинга в бизнесе. Организация маркетингового управления социальной сферой. Маркетинговые исследования в социальной сфере. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге. Разработка комплекса социального маркетинга. Особенности коммуникаций социального маркетинга в бизнесе.