

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Уровень основной образовательной программы Бакалавриат

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профили подготовки «Производственный менеджмент. Логистика и управление цепями поставок»

Данная рабочая программа составлена в соответствии:

Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7 (зарегистрировано в Минюсте России 09.02.2016 № 41028) (далее ФГОС ВО), с учетом профессиональных стандартов, требований рынка труда.

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата);

Профессиональные стандарты:

07.002 Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией (Приказ Минтруда России N276н от 06.05.2015); 07.003 Специалист по управлению персоналом (Приказ Минтруда России N 691н от 06.10.2015); 06.012 Менеджер продуктов в области информационных технологий (Приказ Минтруда России N915н от 20.11.2014 06.029); Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем (Приказ Минтруда России N687н от 05.10.2015).

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (далее Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 № 1367.

Цели освоения дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» являются формирование у обучающихся системных фундаментальных знаний в области стратегического управления маркетингом на предприятии, принятия тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынков продуктов и услуг, приобретение практических навыков выполнения использования основных принципов, концепций и теорий стратегического маркетинга, его функций, целей, оценки организационных форм управления, применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с международными требованиями к избранному виду деятельности.

Для достижения указанных целей необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать понимание сущности, принципов, функций управления маркетингом, а также направлений и методов управления маркетинговой деятельностью на предприятии;
- сформировать знание разработки и реализации маркетинговых стратегий, планов и программ маркетинга (ценовой, товарной, коммуникационной, сбытовой политики);
- ознакомить с процессами организации маркетинговой деятельности, построением организационных маркетинговых структур, функциями и должностными обязанностями специалистов служб маркетинга;
- изучить принципы эффективности управления маркетингом и механизмы контроля маркетинга и маркетингового аудита;

- сформировать знания и практические навыки управления маркетинговыми коммуникациями, т.е. рекламными компаниями, публичными рилейшнз, стимулированием сбыта и личными продажами.

Общая трудоемкость дисциплины 4 зачетных единицы.

Учебная дисциплина «Маркетинг услуг» относится к дисциплинам по выбору.

Содержание (наименование тем): Сущность стратегического маркетинга: стратегический маркетинг как современная концепция управления. Ситуационный анализ. Стратегический план маркетинга: анализ потребности и определения базового рынка. Анализ конкуренции и конкурентоспособности предприятия: маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Разработка маркетинговой стратегии компании. Базовые маркетинговые стратегии и стратегические матрицы. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

Результатом освоения дисциплины является экзамен.

Составитель: к.э.н., доцент Рустамова С.С.