

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.09.2025 21:26:06
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b208d48027103c1a5979ebf

Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.02 Управление маркетингом
направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению
38.04.02 Менеджмент профиль Менеджмент и маркетинг

Целью освоения дисциплины является раскрытие принципов и методов маркетингового управления компанией, принятия стратегических и тактических решений в рамках понимания управления маркетингом: как современной управленческой концепции, управления важнейшей функцией компании, управления спросом на основе создания ценностей и активного формирования рынка для компании.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать знания, умения и навыки подготовки и принятия стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне, по выбору целевых рынков и позиционированию;
- научить основным подходам и сформировать базовые навыки управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне и обоснованию предложений по совершенствованию управления маркетингом с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;
- раскрыть особенности управления маркетингом разнообразных типов учреждений, организаций и предприятий различных сфер деятельности.

Основные блоки и темы дисциплины:

Маркетинг как управленческая концепция
Управление маркетингом на корпоративном уровне
Управление маркетингом на функциональном уровне
Управление маркетингом на инструментальном уровне
Организация управления маркетингом
Особенности управления маркетингом в различных сферах и отраслях

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины у магистранта формируются следующие компетенции:

ПКУВ - 4 Способен осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации

ПКУВ - 4.1 Формирование маркетинговой стратегии организации

ПКУВ - 4.2 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации

В результате освоения дисциплины магистр должен:

знать: основные теоретические и методологические положения концепции маркетингового управления компанией (ПКУВ - 4.1; ПКУВ - 4.2);

уметь: использовать современные технологии, методические приёмы и процедуры разработки и принятия маркетинговых решений, организации маркетинговой деятельности; использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПКУВ - 4.1; ПКУВ - 4.2);

владеть: навыками подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений; методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПКУВ - 4.1; ПКУВ - 4.2)

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

В данном курсе раскрывается концепция управления маркетингом как современная философия бизнеса; рассматриваются примеры применения принципов и методов организации и управления маркетинговой деятельностью в различных отраслях и сферах; рассматривается опыт зарубежных компаний, сопоставляется российская и иностранная практика управления маркетингом в компаниях, обсуждаются проблемы и перспективы сотрудничества российских и иностранных компаний. Предмет изучения дисциплины— это принципы, инструменты, элементы, формы и методы управления маркетингом в различных сферах и отраслях экономики, а также методология процессов принятия стратегических и тактических маркетинговых решений в условиях функционирования рынка товаров и услуг.

Дисциплина Б1.В.02 Управление маркетингом изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет

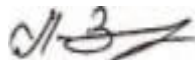
Разработчик:
Ст. преподаватель кафедры
менеджмента и региональной экономики



(подпись)

Хажгериева
Анастасия
Александровна

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению



Л.И. Задоржная