

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Маркетинговые технологии эффективного бизнеса»

направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цель изучения дисциплины - овладении студентами знаниями конкретных маркетинговых технологий и инструментов, а также навыками и умениями их практического применения для решения актуальных маркетинговых задач по повышению конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики.

Задачи:

- изучение студентами теоретических основ современных маркетинговых технологий, особенностей их применения в практике коммерческого предприятия;
- формирование практических навыков по изучению деятельности коммерческого предприятия, умения с помощью маркетингового анализа описать ситуацию, в которой в данный момент оно находится, дать прогноз его развития и рекомендации по оптимизации коммуникационной инфраструктуры предприятия, его коммуникационной деятельности;
- овладение студентами навыками маркетингового анализа, выбора и применения актуальной маркетинговой технологии по повышению эффективности бизнеса;
- формирование у студентов умения творчески анализировать и оценивать маркетинговую ситуацию, предлагать нестандартные пути решения возникающих у предприятия маркетинговых проблем, аргументировать свои суждения и вести дискуссию.

Основные блоки и темы дисциплины:

Анализ маркетинговых показателей ассортимента: длина, ширина, глубина, новизна, стабильность. Технология ABC-анализа. Технология XYZ-анализа. Матричные технологии маркетингового анализа и разработки стратегии. Понятие конкурентоспособности фирмы и маркетинговые стратегии. Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Конкурентные стратегии. Стратегический маркетинг. Типовые маркетинговые стратегии. Исследование и разработка стратегии маркетинга. Разработка маркетинговой стратегии компании. Базовые маркетинговые стратегии. Стратегические матрицы. Стратегии взаимодействия с клиентами и операционный маркетинг.

Учебная дисциплина «Маркетинговые технологии эффективного бизнеса» входит в перечень дисциплин по выбору вариативной части ОПОП.

В результате изучения дисциплины «Маркетинговые технологии эффективного бизнеса» у обучающегося формируются следующие профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ПК-9 - способностью проводить маркетинговые исследования;

ПК-12 - способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

знать: основные теоретические понятия маркетинговых технологий: маркетинговые стратегии предприятий; технологии выбора целевого рынка, методику маркетинговых исследований; процессы разработки комплекса маркетинга; пути согласования спроса и предложения товаров и услуг;

уметь: анализировать маркетинговую среду бизнеса; разрабатывать маркетинговые стратегии для различных предприятий, исходя из результатов ситуационного анализа и цели предприятия; проводить маркетинговые исследования; принимать решения по комплексу производства услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям;

владеть: навыками эффективного управления, а также стратегического маркетингового анализа.

Дисциплина «Маркетинговые технологии эффективного бизнеса» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет, зачет.

Разработчик:
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. выпускающей кафедрой
направления

Кумпилова А.Р.