Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.10.2024 12:19:47
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Стратегический маркетинг
шифр, наименование дисциплины
направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент
шифр направление подготовки

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.02
шифр
Менеджмент
направление подготовки, профиль

Цель - формирование у магистрантов профессиональных знаний в области стратегического маркетинга для самостоятельного принятия стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности государственных предприятий в современных условиях российской действительности, а также овладение принципами и методами маркетингового анализа предприятием в рамках понимания процесса управления маркетингом.

Задачами дисциплины являются изучение:

- Дать обучающемуся глубокие и систематизированные знания о понятиях маркетинговой деятельности в сфере разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- Рассмотреть маркетинговые и управленческие концепции, принципы и функции;
-Освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования, организации и контроля в системе маркетинга предприятия в различных рыночных ситуациях.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы): Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия; Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинг; Стратегический анализ поведения покупателей при свершении покупок; оценка поведенческой реакции покупателей.; Стратегический маркетинговый анализ потребностей рынка; Стратегический анализ конкурентоспособности фирмы; Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения по освоению производства новых товаров; стратегические решения по каналам сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям; Стратегическое маркетинговое планирование: процесс стратегического планирования маркетинга; выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств.

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» **входит** в перечень курсов дисциплин по выбору вариативной части профессионального цикла ООП.

В результате изучения дисциплины магистрант должен обладать следующими компетенциями:

Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач; стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;

Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности; выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, предполагающих получение нового знания, требующих разработки инновационных подходов и методов решения; выбрать инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализировать и оценивать их экономическую

эффективность; разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации (ПКУВ – 3.1).

Владеть: технологией разработки и реализации проектов, навыками применения современного инструментария для решения экономических задач; методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов и явлений; методикой организации и управления бизнес- планированием, а так же организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг, анализом и оценкой бизнес-среды организации; навыками управления маркетинговой деятельностью организации (ПКУВ – 4.1, ПКУВ – 4.2).

Дисциплина «Стратегический маркетинг» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:

к.э.н., доцент Г.В. Карамушко

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению Л.И. Задорожная