АННОТАЦИЯ

Дисциплины

«Стратегический маркетинг»

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профили – «Финансовый менеджмент», «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами».

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Стратегический маркетинг» (Б1.В.ОД.11) относится к вариативной части и является обязательной дисциплиной.

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в разделе 2.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- приобретение знаний, указанных в разделе 2;

- приобретение умений, указанных в разделе 2;

- приобретение навыков, указанных в разделе 2.

Содержание курса направлено наовладение методами разработки стратегии маркетинговой деятельности в условиях риска и неполноты информации о рыночной ситуации и освоение методов анализа, моделирования и прогноза экономических явлений при принятии стратегических управленческих решений.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ОПК-3, ПК-3, 5, 8, 9, 15.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- сущность, содержание и принципы маркетинговой концепции управления предприятием;

- основные методологические положения теории разработки и оценки маркетинговой стратегии;

- инструментарий стратегического анализа и планирования маркетинговой деятельности.

УМЕТЬ:

- проводить анализ маркетинговой среды фирмы;

- планировать комплекс маркетинга;

- оценивать маркетинговую стратегию параметрическими и непараметрическими статистическими методами;

- осуществлять квантификацию качественных и неизмеримых показателей при позиционировании товара.

ВЛАДЕТЬ:

- методами маркетингового планирования деятельности корпорации;

- методами оценки эффективности стратегического маркетинга корпорации.

**4. Содержание и структура дисциплины**

Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы

Стратегический и операционный маркетинг

Разработка маркетинговой стратегии компании

Операционные стратегии маркетинга

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

для очной формы обучения:

лекции –16 час.

практические занятия – 32 час.

самостоятельная работа – 24 час.

контроль – 36 час.

форма контроля знаний – экзамен, курсовая работа

для заочной формы обучения:

лекции – 4 час.

практические занятия – 10 час.

самостоятельная работа – 85 час.

контроль – 9 час.

форма контроля знаний – экзамен, курсовая работа