

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.11 Маркетинг в малом бизнесе

Автор: Леонов А.И., доктор экономических наук, профессор

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент
(Управление в малом бизнесе)

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области существующих проблем современного маркетинга и существующие возможности их решения, возможные подходы к решению проблем в нестандартных ситуациях.

План курса:

Тема 1. Введение в маркетинг

1. Базовые понятия и концепции маркетинга
2. Специфика современного рынка и маркетинга

Тема 2. Управление маркетингом

1. Логика, структура и содержание процесса управления маркетингом с учетом маркетинговых сред
2. Базовые показатели (метрики) маркетинга
3. Техника маркетингового планирования
4. Формирование маркетинговой стратегии

Тема 3. МИС

1. Место МИС в управлении маркетингом и компанией, структура, технология построения
2. Управление информационно-аналитическим обеспечением маркетинга
3. Виды информации, способы ее получения, обработки, анализа и использования в управлении маркетингом

Тема 4. Анализ рынка

1. Рынок как объект изучения в маркетинге. Маркетинговые среды
2. Технология структурного анализа рынка
3. Содержание и методы анализа спроса
4. Изучение потребителя в маркетинге, сегментационный анализ
5. Содержание, технология и методы анализа конкурентной среды

Тема 5. Маркетинговый инструментарий

- 1.Маркетинговое управление продуктом
- 2.Маркетинговое ценообразование
- 3.Управление системой распределения
- 4.Управление маркетинговыми коммуникациями

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование Компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-4	Способность использовать качественные и количественные методы	ПК-4.1	Способность осуществлять сбор и подготовку информации для проведения исследования Способность анализировать информацию, используя количественный и качественный анализ
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.1	Способность анализировать экономических агентов и рынки

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Разработка маркетинговой стратегии, маркетинговых политик и программ для организации, работающей в области детских товаров (профессиональный стандарт «Специалист в	ПК-4.1	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none">• Необходимого вида информации для ее дальнейшего анализа путем использования количественных и качественных методов• Содержания методики проведения анализа• Порядка подготовки аналитической информации• Методов и приемов проведения аналитических расчетов• Маркетинга, структуру маркетинговой деятельности, базовые показатели (метрики) в управлении маркетингом, структуру маркетингового инструментария и некоторый методический инструментарий.

области маркетинга детских товаров»)		<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Применять количественные и качественные методы проведения прикладного исследования • Анализировать полученные результаты • Анализировать структуру и содержание процессов управления • Решать упрощенные маркетинговые задачи на основе частичного владения соответствующим инструментарием. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Проведения анализа исследования количественно и качественно • Оценивать последствия и вероятность с помощью качественных, полуколичественных и количественных методов • Технологиями решения маркетинговых задач в ситуациях с упрощенным описанием исходных данных. • Выделять маркетинговые среды и применяет некоторые инструменты стратегического анализа маркетинговых сред
<p>Разработка маркетинговой стратегии, маркетинговых политик и программ для организации, работающей в области детских товаров</p> <p>Разработка программ работы с маркетинговыми активами для организации, работающей в области детских товаров (профессиональный стандарт</p>	ПК-5.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методов стратегического и экономического анализа • Подготовки аналитической информации • Технологии решения маркетинговых задач в стандартных ситуациях. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Исследовать факторы, определяющие многообразие экономических агентов и рынков • Применять методы экономического и стратегического анализа на изменения результативного показателя в условиях глобализации • Формировать подходы, программы и технологии решения маркетинговых задач в стандартных ситуациях на основе типового инструментария <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Применения методов экономического и стратегического

«Специалист в области маркетинга детских товаров»)		<p>анализа с целью оценки деятельности экономических агентов и рынков</p> <ul style="list-style-type: none"> • Прогнозирования и моделирования процессов на рынках в условиях глобализации • Оценки направлений и возможных сценариев развития рынков и экономических агентов в условиях глобализации • Технологиями решения маркетинговых задач в стандартных ситуациях. • Использовать инструментарий стратегического анализа маркетинговых сред в стандартной ситуации.
--	--	--

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

- участие в обсуждении
- проверка домашнего задания
- контрольная работа

– при проведении занятий практического (семинарского) типа:

- участие в обсуждении
- проверка домашнего задания
- контрольная работа

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачета (в письменной форме на основе выполнения тестирования).

Основная литература:

- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент, Питер, 2015
- Леонов А.И., Практикум по маркетингу, Дело, 2015