

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
(МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ**

Общий и стратегический маркетинг

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Перекрестов В.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 «Менеджмент», профиль «Информационный менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: Очно-заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать этапы компетенций:

УК ОС-1.1. Способность на основе критического анализа полученных знаний об объекте, представить его в виде структурных элементов и взаимосвязей между ними. Знание методов абстрактного мышления при установлении истины, методы научного исследования путём мысленного расчленения объекта (анализ) и путём изучения предмета в его целостности, единстве его частей (синтез).

ПК-5.1. Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. Знать модели поведения экономических агентов и рынков. Владеть основными элементами процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.

ПК ОС-12.1. Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований.

План курса:

Тема 1. Основы маркетинга.

Тема 2. Управление маркетингом. Комплекс маркетинга

Тема 3. Маркетинговые технологии. Стратегический маркетинг.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая результат формирования компетенции на уровне данной дисциплины - экзамен.

Основная литература:

1. Котлер Филип. Маркетинг менеджмент. 17-е изд. - СПб.: Питер, 2015
2. Котлер Филип и др. Основы маркетинга. 5-е европейское изд. – М.; СПб.; К.: Изд. дом «Вильямс», 2010