

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Маркетинг***наименование дисциплины*

Автор: Старший преподаватель кафедры Международного менеджмента Чумак С.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|--|--------------------------------|---|
| ОПК-6 | владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций | ОПК-6.1 | освоение знаний о методах принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций |
| ПК-6 | Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений | ПК-6.1 | Знание особенностей деятельности по управлению проектом. |

План курса:

| № | Наименование темы | Содержание |
|--------|--------------------------------------|---|
| Тема 1 | Основы современной теории маркетинга | Понятие маркетинга Концепция маркетинга Маркетинг и ориентирование продукта Маркетинговое планирование, маркетинговые ходы |

| № | Наименование темы | Содержание |
|--------|------------------------------------|---|
| Тема 2 | Маркетинговый анализ | Маркетинговая среда (PESTEL) Понимание поведения потребителя Влияние поведения потребителя Понимание организационного поведения потребителя Этика маркетинга и понятие корпоративной социальной ответственности Маркетинговая информационная система Важность маркетинговых исследований Маркетинговая сегментация, таргетинг и позиционирование |
| Тема 3 | Маркетинговые ходы и решения | Брендинг и управление фирменным стилем компании Бренд и брендинг Маркетинг услуг Жизненный цикл изделия Разработка новых продуктов Стратегия Ценнообразования Продвижение - Интегрированная маркетинговая коммуникация Человеческий элемент в маркетинге Массовые маркетинговые коммуникации Каналы распределения в маркетинге Цифровой маркетинг и социальные медиа Цифровое продвижение и планирование |
| Тема 4 | Маркетинг и конкуренция | Анализ конкуренции и создание конкурентного преимущества Конкурентное поведение на рынке Глобальная маркетинговая стратегия - адаптация и стандартизация |
| Тема 5 | Реализация и применение маркетинга | Внедрение и контроль маркетинговой стратегии Препятствие на пути реализации стратегии Маркетинговый контроль Операционный контроль и использование маркетинговых показателей |

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль: опрос, диспут

Промежуточная аттестация: экзамен

Основная литература:

1. Hood, David James. The Marketing Manifesto, Kogan Page, 2013. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=1109933>.