

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг (Marketing) наименование дисциплины

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

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.02 Менеджмент, направленность «Бизнес, культура и языки стран Европы (European Business, Languages and Culture). Англоязычный бакалавриат»

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-6.2	освоение методов 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	Fundamentals of Modern Marketing Thoughts	What is marketing The marketing concepts Marketing vs product orientation Marketing planning, Marketing Mix

№	Наименование темы	Содержание
Тема 2	Marketing Analysis	The Marketing Environment (PESTEL) Understanding of buyer behavior Influences on consumer behavior Understanding Organizational buying behavior Marketing Ethics and CSR MIS The importance of marketing Research Marketing segmentation, targeting and positioning
Тема 3	Marketing Mix Decisions	Branding and corporate identity management Brand and branding Services marketing Product life cycle (use and limitation of it Development of New products Pricing strategy Promotion- Integrated marketing communication People element in marketing Mass marketing communication Place- Distribution channels in marketing Digital marketing and Social Media Digital promotion and planning
Тема 4	Competition and Marketing	Analysing competition and creating a competitive Advantage Competitive marketing strategy Competitive behavior in the market Global marketing strategy- Adaptation and Standardisation
Тема 5	Marketing Implementation and Application	Marketing strategy implementation and control Barriers to implementation Marketing control Operational control and use of marketing metrics

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы и методы текущего контроля успеваемости: диспут, опрос

Форма промежуточной аттестации – Экзамен, курсовой проект

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>.
- 2.Marketing Strategies and Practices in the Contemporary Environment., edited by Gillian Wright, et al., Emerald Group Publishing Limited, 2014. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=1752802>.