

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 КОРПОРАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

Автор: Казарян А.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.01 Экономика
Профиль «Экономика медиаиндустрии»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области распознавания финансовых проблем компании по традиционным показателям из отчетности и по новым аналитическим метрикам; обоснования алгоритмов практической реализации финансовой и инвестиционной политики корпорации: ПК-8.1, ПК-10.2.

План курса:

Тема 1 Теоретические основы корпоративного маркетинга

Тема 2 Анализ целевой аудитории

Тема 3 Корпоративная бренд-стратегия

Тема 4 Коммуникационная, креативная и медийная стратегии

Тема 5 Инструменты и каналы продвижения

Тема 6 Анализ эффективности маркетинговой деятельности

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|--|--------------------------------|--|
| ПК-8 | Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне | ПК-8.1 | Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики предприятия |
| ПК-10 | Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом | ПК-10.2 | Способность анализировать основные социально-экономические показатели деятельности предприятия |

Результат формирования компетенции ПК-8.1 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:
на уровне знаний:

-общих законов управления, которые влияют на принятие управленческих решений и условий правильного их использование в конкретных ситуациях разработки и реализации стратегий развития бизнеса;

- теоретические основы и методологию разработки и принятия организационно-управленческих решений при разработке, внедрении и реализации стратегий развития бизнеса на микро- и макроуровне.

на уровне умений:

- эффективно осуществлять процесс принятия организационно-управленческих решений при разработке, внедрении и реализации стратегий развития бизнеса;

- использовать адекватные бизнес-среде технологии принятия организационно-управленческих решений на микро- и макроуровне.

на уровне навыков:

- навыками принятия обоснованных организационно- управленческих решений в области разработки и реализации стратегий развития бизнеса на микроуровне;

- навыками принятия обоснованных организационно- управленческих решений в области разработки и реализации стратегий развития бизнеса на макроуровне.

Результат формирования компетенции ПК-10.2 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

-основных концепций и методологических положений современной корпоративной финансовой аналитики;

- понятийного аппарата в области бухгалтерской отчетности и современной финансовой аналитики.

на уровне умений:

- формировать систему ключевых финансовых показателей для обоснования конкурентной рыночной позиции компании в рамках учетной и финансовой моделей компании;

- выявлять особенности современной финансовой аналитики, дистанцирующейся от анализа финансовой отчетности фирмы.

на уровне навыков:

- распознавания финансовых проблем компании по традиционным показателям из отчетности и по новым аналитическим метрикам;

- обоснования алгоритмов практической реализации финансовой и инвестиционной политики корпорации.

Основная литература:

1. Маркетинг от потребителя, Книги Стокгольмской школы экономики, Роджер Бест, Манн, Иванов и Фербер, 2019.