

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.07 Маркетинг (Marketing)***наименование дисциплины*

Автор: Старший преподаватель кафедры международного менеджмента Цатурян С.Б.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.2	Способность содержательно интерпретировать полученные результаты анализа

План курса:

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	Fundamentals of Modern Marketing Thoughts Основы современной маркетинговой мысли	What is marketing The marketing concepts Marketing vs product orientation Marketing planning, Marketing Mix Что такое маркетинг Маркетинговые концепции Маркетинг против ориентации на продукт Маркетинговое планирование, Маркетинговый микс

№	Наименование темы	Содержание
Тема 2	Marketing Analysis Маркетинговый анализ	<p>The Marketing Environment (PESTEL) Understanding of buyer behavior Influences on consumer behavior Understanding Organizational buying behavior Marketing Ethics and CSR Маркетинговая среда (PESTEL) Понимание поведения покупателя Влияние на поведение потребителей Понимание покупательского поведения организации Маркетинговая этика и корпоративная социальная ответственность</p>
Тема 3	Marketing Mix Decisions Решения о маркетинг-миксе	<p>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</p> <p>Брендинг и управление фирменным стилем Бренд и брендинг Маркетинг услуг Жизненный цикл продукта (использование и ограничение) Разработка новых продуктов Стратегия ценообразования Продвижение - Комплексная маркетинговая коммуникация Элемент людей в маркетинге Массовая маркетинговая коммуникация Место - Каналы распространения в маркетинге Цифровой маркетинг и социальные сети Цифровое продвижение и планирование</p>
Тема 4	Competition and Marketing Конкуренция и маркетинг	<p>Analysing competition and creating a competitive Advantage Competitive marketing strategy Competitive behavior in the market Global marketing strategy- Adaptation and Standardisation</p> <p>Анализ конкуренции и создание конкурентного преимущества Стратегия конкурентного маркетинга Конкурентное поведение на рынке Глобальная маркетинговая стратегия - адаптация и стандартизация</p>
Тема 5	Marketing Implementation and Application Маркетинговая реализация и применение	<p>Marketing strategy implementation and control Barriers to implementation Marketing control Operational control and use of marketing metrics</p> <p>Внедрение и контроль маркетинговой стратегии Препятствия на пути к реализации Маркетинговый контроль Оперативный контроль и использование маркетинговых метрик</p>

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Б1.О.07 Маркетинг (Marketing)» использовались следующие материалы текущего контроля: **опрос, диспут**

Промежуточная аттестация проводится в форме **экзамена (курсовой проект)**

Основная литература:

1. Brock, S. At the Intersection of Education, Marketing, and Transformation / S. Brock. — Brighton : , 2017. — 159 с. — ISBN 978-1-61811-312-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/104166>