

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки (специальность)	38.03.06 – «Торговое дело»
Направленность (профиль) подготовки	«Коммерция и маркетинговые коммуникации»
Цель освоения дисциплины:	формирование функциональной готовности бакалавра к использованию инструментов стратегического маркетинга в развитии предприятий и практических навыков по разработке маркетингового комплекса с учетом состояния и тенденций изменения рыночной среды
Общая трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 часов
Форма промежуточной аттестации	экзамен
Краткое содержание дисциплины:	<p>Тема 1. Концепции управления маркетингом. Понятие стратегического маркетинга</p> <p>Тема 2. Стратегическое маркетинговое планирование</p> <p>Тема 3. Характеристика основных элементов процесса разработки и реализации маркетинговой стратегии для сегментов рынка</p> <p>Тема 4. Стратегический анализ внешней и внутренней среды</p> <p>Тема 5. Стратегии позиционирования</p> <p>Тема 6. Конкурентные стратегии</p> <p>Тема 7. Tактический маркетинг</p> <p>Тема 8. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 9. Стратегический контроль маркетинга</p>

Аннотацию рабочей программы составил: Наумова И.В., доцент кафедры КиГ

Наумова

30.08.2021