

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:	Тема 1. Концепции управления маркетингом. Понятие стратегического маркетинга Тема 2. Стратегическое маркетинговое планирование Тема 3. Характеристика основных элементов процесса разработки и реализации маркетинговой стратегии для сегментов рынка Тема 4. Стратегический анализ внешней и внутренней среды Тема 5. Стратегии позиционирования Тема 6. Конкурентные стратегии Тема 7. Тактический маркетинг Тема 8. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций Тема 9. Стратегический контроль маркетинга

Составитель аннотации,
специалист по УМР кафедры КиГ



Д.С.Двояшова

30.08.2022