

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**КОРПОРАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ**

(наименование дисциплины)

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	38.03.02 Менеджмент
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	Маркетинг
<b>Цель освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Корпоративный маркетинг» является ознакомление студентов с основными понятиями и показателями оценки эффективности маркетинга, освоение методологии и методик оценки результативности маркетинговых решений, принимаемых в компании.
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	форма обучения: - очная (4 года) – 5 з.е., 180 часов
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	формы обучения: - очная (4 года) – зачёт с оценкой
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Теоретическое основы корпоративного маркетинга.</li><li>2. Методологические подходы к использованию технологий корпоративного маркетинга.</li><li>3. Корпоративные маркетинговые стратегии.</li><li>4. Конкурентоспособность фирмы.</li><li>5. Приоритеты корпоративного маркетинга.</li><li>6. Сегментация рынка.</li><li>7. Позиционирование.</li><li>8. Коммуникативная политика.</li><li>9. Управление корпоративным маркетингом.</li></ol>

Аннотацию рабочей программы составил Марченко А.А., к.э.н. доцент



1.09.2022