

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

(название дисциплины)

38.04.01 "Экономика" программа «Экономика фирмы»

(код направления подготовки)

4

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с основами управленческой деятельности фирм, факторами и условиями функционирования предприятий в конкурентной среде, подготовка их к дальнейшей самостоятельной трудовой (руководящей) практической деятельности и выполнению выпускной квалификационной работы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части.

Учебный процесс по курсу «Стратегический маркетинг» организован в виде лекционных практических занятий, которые представлены вопросами для обсуждения, конкретными ситуациями, практикующими упражнениями и домашними заданиями по всем основным темам курса. Преподавание данного курса ведется в активной, проблемной постановке. Полученные в ходе изучения учебного курса знания и практические навыки обеспечат учащимся возможность самостоятельно решать сложные экономические задачи, выявлять причины недостаточной результативности организации, грамотно выстраивать стратегию управленческой деятельности. Его изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей со следующими дисциплинами:

1. макроэкономика;
2. системный анализ в современной экономике;
3. бренд-менеджмент;
4. управление ценовой политикой.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы, разработке научных статей и формировании отчетов по научно-исследовательской работе и практике.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями: способностью принимать организационно-управленческие решения (ОПК-3); способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-12).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

История развития и реализации идей стратегического маркетинга

Стратегический маркетинг фирм. Соотношение оперативного и стратегического управления

Маркетинговые стратегии фирм: сущность, классификация

Школы стратегий. Конфигуратор школ стратегий

Стратегический анализ среды управления и

стратегическое планирование
Построение стратегических матриц на основе маркетингового анализа
Стратегический контроль и бенчмаркинг
Корректировка стратегии
Бизнес-партнерство в стратегическом маркетинге

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - _____ экзамен КР
экзамен, зачет, зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4 ЗЕТ

Составитель: доцент Фраймович Денис Юрьевич _____
должность, ФИО подпись

Заведующий кафедрой «Экономика и управление инвестициями и инновациями»
название кафедры

д.э.н., профессор О.А. Доничев _____
ФИО, _____ подпись

Председатель
учебно-методической комиссии направления 38.04.01 «Экономика»
д.э.н., профессор П.Н. Захаров _____
ФИО _____ подпись

Директор института _____ П.Н. Захаров

Дата: 29.04.15

Печать института

