

Аннотация

дисциплины «Стратегический маркетинг»

Цель дисциплины - формирование у студентов профессиональных компетенций в области стратегического управления маркетингом на предприятии, принятии тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.

Задачи дисциплины:

- овладение концепцией стратегического маркетинга как современной философией большого бизнеса;
- выработка знаний, умений и навыков принятия маркетинговых решений на стратегическом уровне управления;
- оценка организационных форм управления маркетингом в результате оптимизации процессов структурного построения, направлений реструктуризации и диверсификации;
- реализация рыночной ориентации хозяйственной деятельности с использованием современных технологий операционного маркетинга в процессах планирования, организации распределения, продвижения и позиционирования товаров, услуг;
- формирование имиджа и высокой репутации компании за счет изучения общественного мнения, социальной ответственности и корпоративной культуры удовлетворения потребностей общества;
- контроль, оценка и корректировка планово-управленческих решений для достижения устойчивого рыночного положения и эффективных результатов маркетинговой деятельности.

Место в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Стратегический маркетинг» является дисциплиной вариативной части основной образовательной программы и входит в модуль дисциплин, инвариантных для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерской программы «Корпоративное управление» отражающих специфику филиала .

Изучение дисциплины «Стратегический маркетинг» основывается на сумме знаний, полученных студентами при обучении по бакалаврской программе в ходе освоения дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации».

Краткое содержание:

Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Разработка маркетинговой стратегии компании. Базовые маркетинговые стратегии и стратегические матрицы. Контроль, оценка и аудит маркетинга.