

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг»

Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» является формирование комплекса знаний в области маркетинговых исследований в рыночных условиях, проведению анализа маркетинга предприятия, осуществления маркетинговой деятельности организации с целью принятия эффективных управленческих решений, повышающих конкурентоспособность предприятия в экономической сфере.

Задачи дисциплины

- систематизация современных знаний в области теории и практики маркетинговых исследований в организации;
- формирование способности определять и формулировать стратегические цели маркетинговой деятельности организации;
- формирование навыков оценки эффективности управления инновационно-инвестиционной деятельностью организации
- развитие навыков разработки практических рекомендаций по разработке стратегии и тактике развития организации в конкурентной бизнес-среде

Темы дисциплины:

1. Теоретико-методологические основы стратегического маркетинга
2. Стратегическое маркетинговое планирование
3. Маркетинговый анализ внешней и внутренней среды предприятия
4. Разработка альтернативных стратегий предприятий
5. Стратегия продукта и управление его жизненным циклом
6. Стратегия и программы ценообразования
7. Стратегические аспекты управления системой товаро- движения и сбыта
8. Стратегия продвижения образа компании и управление маркетинговыми коммуникациями

Объем дисциплины 3 зачетные единицы.

Форма промежуточного контроля – зачет.