

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг»

Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» является формирование комплекса знаний об организационных, научных и методических основах стратегического маркетинга; формирование практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы управления фирмой на принципах маркетинга, оценки долговременных результатов маркетинговой деятельности в условиях инновационного развития экономики.

Задачи дисциплины

- формирование основных навыков стратегического планирования маркетинговой деятельности;
- определение роли стратегического и инновационного маркетинга в хозяйственной деятельности предприятия;
- понимание основ стратегического и тактического управления;
- изучение системы стимулирования инновационной деятельности и формирования инновационной культуры;
- приобретение навыков сбора, систематизации и анализа статистической и маркетинговой информации для планирования показателей развития бизнеса и разработки бизнес-плана;
- формирование стратегического мышления, всесторонних знаний, практических навыков в решении сложных конкретных стратегических маркетинговых задач.

В результате освоения дисциплины обучающиеся изучат теоретический и практический материал по следующим темам: основные этапы становления и развития стратегического маркетинга; классификация и выбор маркетинговых стратегий для предприятия на рынке; выбор целевого сегмента; стратегическое и текущее планирование маркетинговой деятельности; контроль и оценка эффективности стратегической маркетинговой деятельности предприятия; оценка маркетинговой деятельности в публичном управлении; построение коммуникационной системы: основные стратегии взаимодействия; конкурентоспособность; конкурентные стратегии компании.

Объем дисциплины 2 з.е.

Форма промежуточного контроля – зачет.