

Управление маркетингом (аннотация)

Дисциплина «Управление маркетингом» углубляет и систематизирует знания студентов об управлении различными аспектами комплекса маркетинга, раскрывает теоретические представления об основных подходах к управлению маркетингом; о факторах и условиях, обеспечивающих эффективное управление товаром, ценой, продвижением и распространением продукта. К практическим задачам дисциплины относится овладение основами управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях; инструментами сегментирования рынка; выбором стратегии маркетинга; планировании маркетинга; управление маркетингом, а также основными показателями оценки эффективности проведения маркетинговых мероприятий.

Дисциплина логически связана с другими частями ОПОП подготовки бакалавра по направлению Менеджмент как фундаментального, так и прикладного характера. Успешное освоение дисциплины «Управление маркетингом» основано на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных при изучении дисциплин «Экономика», «Поведение потребителя», «Маркетинг».

Дисциплина «Управление маркетингом» входит в вариативную часть ОПОП и предлагается студентам во 6-м семестре для изучения в качестве обязательной дисциплины.