

«ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»

Б1.В.ДВ.5.2

Дисциплина «Персональный маркетинг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Персональный маркетинг» является формирование у обучающихся необходимых теоретических основ и практических навыков и умений, направленных на изменение/поддержание конкретной позиции или линии поведения определенного лица, с целью обеспечения наиболее рациональное удовлетворение его потребностей и анализа возможностей.

Задачи изучения дисциплины:

- реализация человеком своего потенциала, определение его положения в обществе;
- исследование психологических аспектов личности;
- образование и воспитание индивидуума, его социальная и культурная адаптация и последующее построение успешной карьеры;
- имидж человека, жизненный цикл «личности как товара»;
- исследование рынка услуг, запросов потребителей и формирование личности, соответствующей данным требованиям.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Персональный маркетинг» относится к части дисциплин по выбору ОПОП магистратуры и базируется на знаниях, полученных обучающимися в ходе освоения таких дисциплин как «Теория организации и организационного проектирования», «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)», «Поведение потребителей в современной экономике», «Организация переговоров», «Мастерство деловых коммуникаций» и т.д.

Изучение этой дисциплины позволит обучающимся успешно выполнять определенную практическую работу в ходе производственной практики.

Для успешного овладения содержанием дисциплины «Персональный маркетинг» требуются знания основных теоретических аспектов маркетинга, психологии и менеджмента.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Персональный маркетинг», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.04.02 «Современные маркетинговые коммуникации» (уровень магистратуры).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ОК-1 - способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия, применяемые в персональном маркетинге;
- основные методы и инструменты, применяемые в персональном маркетинге, их взаимосвязь и особенности реализации;
- особенности рынков, где выступает данный товар (личность)

Уметь:

- разработать определенную последовательность действий, позволяющую получить максимально возможную готовность человека к взаимодействию;
- решать практические задачи и проблемы в области маркетинга личности

Владеть:

- методами управления поведением личности;
- стратегией и тактикой управления личностью с ориентацией на рынок.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.