

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Б1.О.07

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины: «Маркетинговые стратегии в современном бизнесе» является упорядочение ранее полученных и получение новых знаний в области стратегического анализа, разработки и оценки качества стратегии маркетинга.

Основными задачами курса являются:

- формирование у студентов представления о стратегии маркетинга как части стратегического управления, иерархии стратегий, типах стратегий;
- ознакомление с эволюцией теории стратегического маркетинга;
- получение знаний в области стратегического планирования;
- получение навыков стратегического анализа и прогнозирования;
- ознакомление с практикой стратегического маркетинга на примере ведущих отечественных и зарубежных компаний;
- получение навыков разработки стратегии маркетинга;
- получение представления о сущности и видах рекламных стратегий;
- получение навыков оценки качества и эффективности стратегий.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Маркетинговые стратегии в современном бизнесе» входит в базовую часть блока Б1. Дисциплина «Маркетинговые стратегии в современном бизнесе» (Б1.Б.7) является центральным связующим звеном между экономикой и управлением, с одной стороны, рекламой и связями с общественностью с другой. Она непосредственно связана с прогнозированием, планированием, инновационной деятельностью, маркетинговыми исследованиями и управлением спросом и предложением.

Для освоения дисциплины магистрант должен уметь абстрактно мыслить, моделировать явления, графически изображать абстрактные модели, быть готовым типизировать данные, обобщать информацию и проверять ее на достоверность, ставить цель, формулировать задачи и проверять их на адекватность решаемой проблемы, аналитически и творчески мыслить.

Дисциплина «Маркетинговые стратегии в современном бизнесе» логически связана с дисциплинами «Современные концепции коммуникации», «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью», «Планирование и организация рекламной кампании», «Разработка медиапланов».

3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у магистрантов формируются и развиваются следующие компетенции:

ОПК-1 - способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей и иных знаковых систем.

ПК-5 - Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью, способностью обеспечить творческий процесс в коммуникационном агентстве.

УК-2 - способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы стратегического управления и маркетинговые стратегии в современном бизнесе.

Уметь: планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью.

Владеть: способностью обеспечить творческий процесс в коммуникационном агентстве; управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.