

МАРКЕТИНГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по вопросам консультирования в области маркетинга, необходимых для оказания помощи организациям при возникновении неблагоприятных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинговое консультирование» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Маркетинговое консультирование» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Анализ поведения потребителей», «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Логистика», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация продаж», «Организация связей с общественностью», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Реклама», «Стратегический маркетинг», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– теоретические основы маркетингового консультирования;

уметь

– использовать полученные знания для осуществления консультационной деятельности по основным вопросам маркетинга;

владеть

– навыками и умениями проведения практического исследования, анализа проблемных ситуаций, разработки предложений и рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 5,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 180 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 26 ч., СРС – 150 ч.),

распределение по семестрам – 5 курс, лето,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (5 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Сущность маркетингового консультирования.

Сущность, содержание, история развития и отрасли консалтинговых услуг. Рынок консалтинговых услуг в России и Волгограде. Особенности консультирования по маркетингу в различных областях: разработка стратегии организации, оптимизация организационной структуры управления маркетингом, ревизия маркетинговых стратегий, локальные задачи маркетинга.

Методология маркетингового консультирования.

Цели, области и способы маркетингового консультирования. Цели и этапы маркетингового консультирования. Анализ рыночной ситуации и международный маркетинг. Маркетинг консультационных услуг. Коучинг. Аутсорсинг. Содержание консалтингового процесса. Индивидуальное консультирование. Подготовка методических материалов.

Маркетинг консалтинговых компаний.

Стратегический и тактический маркетинг консалтинговых компаний. Организация маркетингового отдела консалтинговой фирмы. Каналы привлечения новых и удержания старых клиентов. Ценообразование на рынке консалтинговых услуг.

6. Разработчик

Файзулин Евгений Фаридович, ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».