

МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

1. Цель освоения дисциплины

Изучение особенностей современного маркетинга как средства управления бизнес-проектами и реализации эффективных бизнес-коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг в современной экономике» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Маркетинг в современной экономике» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык в профессиональной коммуникации», «Операционный менеджмент», прохождения практики «Научно-исследовательская работа».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Корпоративные финансы», «Управленческая экономика», «Публичное администрирование», «Финансовый менеджмент», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Ознакомительная практика», «Практика по профилю профессиональной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);
- способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- концепции маркетинга;
- современные тренды маркетинга;

уметь

- определять основные факторы удовлетворения потребителя;
- проводить анализ отрасли и конкурентов;

владеть

- принципами сегментирования;
- принципами реализации товарной политики и комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом трендов цифровизации экономики.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т.ч. аудиторных часов – 24 ч., СРС – 75 ч.),

распределение по семестрам – 2,

форма и место отчётности – экзамен (2 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Теоретические основы маркетинга в современной экономике.

Роль маркетинга в деятельности современной организации (эволюция маркетинга).

Основные факторы удовлетворения потребителя. Маркетинговая среда. Принципы стратегического маркетинга. Принципы сегментирования и позиционирования. Маркетинг-микс. Маркетинговые коммуникации.

Особенности маркетинга в современной экономике.

Современные тренды маркетинга. Исследование потребительских рынков и поведения покупателей. Деловой рынок, поведение потребителей на рынке предприятий в современных условиях. Анализ отрасли и конкурентов. Товарная политика и ценообразование в современных условиях. Цифровой маркетинг. Актуальные модели маркетинга. Управление каналами распределения товаров, товародвижением. Управление торговым персоналом. Управление комплексом маркетинговых коммуникаций с учетом цифровизации экономики.

6. Разработчик

Латышев Денис Валентинович, кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО "ВГСПУ".