

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения дисциплины – обучить студентов, будущих специалистов в области менеджмента творчески применять принципы и методы маркетинга и тем самым способствовать решению важнейших социально-экономических задач, закупочной деятельности предприятия, насыщению рынка товарами и услугами, удовлетворению потребностей в них, а более конкретно-успешной и прибыльной работе своего предприятия.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

– формирование знаний об основных теоретических и методологических основах современного маркетинга. Ознакомление с современными интегрированными маркетинговыми концепциями и системами; основами функционального маркетинг-менеджмента в организациях бизнеса; место маркетинга услуг в общей системе предпринимательства; экономические и организационные предпосылки развития предприятий сферы услуг, формирование соответствующей системы планирования.

– анализировать коммуникационные процессы в организации, применять инструменты стратегического маркетингового анализа на практике, ставить и решать задачи операционного маркетинга, выявлять взаимосвязи между функциональными стратегиями компании.

– научить использовать методы реализации основных маркетинговых функций (принятие решений, исследование, управление организации и контроль).

- обладание навыками оформления хозяйственных связей в сфере маркетингового менеджмента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Маркетинговый менеджмент» (Б1.В.ДВ.8.2) является относится к вариативной части профессионального цикла ООП.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Маркетинговый менеджмент», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Рекламный менеджмент», «Стратегический маркетинг», «Маркетинговые коммуникации» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код сущ-ей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-11	способность и готовность использовать основные методы защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.	Знать: основные опасности, которые приводят к чрезвычайным ситуациям. Уметь: определять уровень риска, опасности ЧС. Владеть (навыки и/или опыт деятельности): навыками предоставления первой доврачебной помощи при чрезвычайных ситуациях, средствами предупреждения чрезвычайных ситуаций.
ДПК - 5	Способность использовать методы моделирования х	Знать: Методы, способы и средства получения,

	<p>процессов на микро-, мезо- и макро- уровне</p>	<p>хранения, переработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач</p> <p>Уметь: Собирать, анализировать, интерпретировать необходимую информацию и оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления</p> <p>Владеть: Навыками применения количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, методами и программными средствами обработки деловой информации</p>
--	---	---

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основные составляющие маркетингового менеджмента.

Раздел 2. Маркетинговый анализ.

Раздел 3. Аудит управленческой деятельности.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, практическое занятие, зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Малиненко В.Е., канд.экон.наук., доцент кафедры маркетинга и логистики.