

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 26.03.2024 14:04:30

Уникальный идентификатор:
46f7031a70469585f4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинговые решения в бизнесе и инновациях
Краткое содержание	Иерархия маркетинговых решений в бизнесе. Маркетинговые стратегические решения. Маркетинговые решения корпоративного уровня. Маркетинговые стратегии, их классификация и сущность. Формирование и реализация маркетинговых стратегий. Виды и содержание планов их реализации. Стратегический маркетинговый анализ, информационное обеспечение принятия маркетинговых решений в бизнесе. Маркетинговые решения на функциональном уровне. Товарная стратегия в бизнесе, маркетинговые решения создания нового продукта. Маркетинговые решения по цене и распределению товара. Маркетинговые решения по продвижению и коммуникативная стратегия. Маркетинговые решения в инновационном процессе, инновационный маркетинг как необходимое условие создания и коммерциализации инноваций. Технологии инновационного маркетинга. Условия реализации и оценка эффективности маркетинговых решений и стратегии в бизнесе и инновациях.
Результаты освоения дисциплины	Применяя знания о принципах разработки маркетинговых решений и стратегий, их иерархии в бизнесе, методы маркетингового анализа и синтеза информации о изменяющейся внешней среде, принимает маркетинговые решения различных уровней иерархии для достижения целей развития бизнеса, инновационной деятельности, разрабатывает маркетинговые стратегии и планы по их реализации и корректировки в условиях конкретной рыночной ситуации. Дает оценку эффективности маркетинговым решениям по развитию бизнеса и инноваций.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	экзамен контрольная работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Бондарева, Н.А. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия Электронный ресурс : учебно-методическое пособие / сост. Н.А. Бондарева. - Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 44 с., экземпляров неограничено 2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высш. школа экономики, Национальный исслед. ин-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 571 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Гриф: Рек. УМО. - Библиогр.: с. 568-570. - ISBN 978-5-9916-3225-6, экземпляров 5 3. Севастьянова, И. Г. Маркетинг в инновационной сфере Электронный ресурс / Севастьянова И. Г. : учебное пособие. - Пермь : ПНИПУ, 2017. - 129 с. - Утверждено Редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия. - ISBN 978-5-398-01902-5, экземпляров неограничено
Дополнительная литература	1. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз : Учебное пособие / Беляевский И. К. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 320 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-279-02220-9, экземпляров неограничено

	2.Гусельников, А. С. Конкурентные стратегии : привлечение и удержание потребителей, формирование спроса / А.С. Гусельников. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 115 с. - ISBN 978-5-504-00969-8, экземпляров неограничено 3. Комлев, Е.Б. Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами Электронный ресурс : учебное пособие / Е.Б. Комлев. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2016. - 199 с. - ISBN 978-5-906822-45-1, экземпляров неограничено 4.Лужнова, Н.В. Стратегический маркетинг / Н.В. Лужнова / О.М. Калиева / М.С. Мантрова : учебник Электронный ресурс : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ ; Оренбург, 2015. - 247 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-7410-1395-3, экземпляров неограничено 5.Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В. Д. Секерин. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 238 с. - (Высшее образование). - Гриф: Доп. УМО. - Библиогр.: с. 223-235. - ISBN 978-5-16-004681-5, экземпляров 1
--	--