

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 13:27:37

Уникальный программный ключ:

46f7011e30446858ff41e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины		Управление маркетингом
Краткое содержание	Теоретические основы управления маркетингом. Стратегия управления маркетингом. Тактика управления маркетингом. Процессы и технологии управления маркетингом. Особенности управления маркетингом в цифровой среде. Организационные структуры управления маркетингом. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Управление маркетингом на функциональном уровне. Управление маркетингом на инструментальном уровне. Информационное обеспечение управления маркетингом. Маркетинговые исследования в управлении маркетингом. Оценка качества и эффективности управления маркетингом.	
Результаты освоения дисциплины	- с использованием технологий и процедур управления маркетингом определяет проблемные области в организации и самостоятельно принимает решения по управлению бизнес-процессами в маркетинге на корпоративном, функциональном, инструментальном уровнях для их устранения - в процессе управления маркетингом проводить аналитическую работу по оценке воздействия факторов макроэкономической среды на развитие организаций, формирование спроса в цифровой среде, на основе чего определяет направления регулирования рыночной позиции организации и разрабатывает маркетинговые проекты и планы по ее совершенствованию, оценивает качество и эффективность управления маркетингом	
Трудоемкость, з.е.	4	
Формы отчетности	Контрольная работа Экзамен	
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины		
Основная литература	1. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом : Учебник / Кметь Е. Б. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 284 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограничено 2. Управление маркетингом Электронный ресурс : учебное пособие / Е.А. Замедлина / Я.Г. Соскин / В.М. Маслова / Т.В. Болдырева / А.В. Коротков / И.М. Синяева / Н.Д. Эриашвили ; ред. А.В. Коротков ; И.М. Синяева. - Управление маркетингом, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-238-00883-X, экземпляров неограничено	
Дополнительная литература	1. Савчук, Г.А. Управление маркетингом на предприятии Электронный ресурс : учебное пособие / Ю.В. Мокерова / Г.А. Савчук. - Управление маркетингом на предприятии, 2022-08-31. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. - 116 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-7996-1267-2, экземпляров неограничено 2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. - М. : Финансы и статистика, 2007. - 320 с. : ил. - Гриф: Рек. МО. - Библиогр.: с. 317-319. - ISBN 978-5-279-02220-5, экземпляров неограничено 3. Титова, В. А. Управление маркетингом : Учебное пособие / Титова В. А. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. - 469 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС	

	IPRbooks. - ISBN 978-5-7782-2071-3, экземпляров неограничено 4. Скворцова, Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса / Н.А. Скворцова. - М. Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. - ISBN 978-5-4475-5240-4, экземпляров неограничено 5. Эриашвили, Н. Д. Управление маркетингом : Учебное пособие / Эриашвили Н. Д. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 463 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-238-00883-X, экземпляров неограничено
--	--