**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинг-менеджмент | |
| **Направление подготовки** | 38.04.02 | Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг и брендинг | |
| **Объем дисциплины** | 7 з.е. | |
| **Формы промежуточной аттестации** | Зачет, экзамен  Курсовая работа | |
| **Кафедра** | *Маркетинга и международного менеджмента* | |
| **Краткое содержание дисциплины** | | |
| Тема1.Формирование системы маркетинга предприятия. Организация маркетинговой деятельности. | | |
| Тема 2. Процесс планирования маркетинговой деятельности предприятия | | |
| Тема 3. Финансирование и контроль маркетинговой деятельности предприятия | | |
| Тема 4. Маркетинговые решения по целевым рынкам | | |
| Тема 5. Управление инструментальными стратегиями на предприятии | | |
| **Список литературы** | | |
| **Основная литература**   1. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 521 с. http://www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79 2. Маркетинг-менеджмент [Текст]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И. В. Липсица и О. К. Ойнер ; Высш. шк. экономики - Нац. исслед. ун-т. - Москва : Юрайт, 2017. - 378 с. (5 экз.) 3. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] : научное издание / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. В. Кузин]. - 14-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2015. - 800 с. 4. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 718 с. (15 экз.)   **Дополнительная литература**   1. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Текст] : учебник : учебное пособие для слушателей образовательных учреждений, обучающихся по программе МВА и другим программам подготовки управленческих кадров / Б. А. Соловьев ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 382 с. (1 экз.) 2. Грушенко, В. И. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.68 "Менеджмент" (квалификация (степень) «магистр») / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с. | | |
| **Перечень информационных технологий, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем, онлайн курсов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине** | | |
| **Лицензионное программное обеспечение:**  - Программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения Astra Linux Common Edition ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.  - Программы для ЭВМ «Мой Офис Стандартный. Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций, без ограничения срока действия. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.  **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**  Общего доступа  - Справочная правовая система ГАРАНТ  - Справочная правовая система Консультант плюс | | |
| **Перечень онлайн курсов** | | |
| В данной дисциплине не реализуются | | |
| **Перечень профессиональных стандартов** | | |
| В данной дисциплине не реализуются | | |

Аннотацию подготовила: Тимохина Г.С.

Заведующий кафедрой Маркетинга и международного менеджмента

руководитель основной профессиональной

образовательной программы 38.04.02 Менеджмент,

(профиль: маркетинг и брендинг) Л.М. Капустина

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинг-менеджмент |
| **Направление подготовки** | 38.04.02 Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг и брендинг |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента |
| **Темы курсовых работ** | |
| 1. Информационное обеспечение маркетинга на предприятиях институциональных рынков  2. Управленческие решения в маркетинге по формированию оптимального ассортимента  3. Маркетинговое управление поведением потребителей  4. Особенности стратегического маркетинга на предприятиях малого бизнеса  5. Эффективное управление марочным капиталом компании  6. Маркетинговое управление массовыми коммуникациями  7. Маркетинговое управление взаимоотношениями с потребителями  8. Особенности управления партнерскими сетями и маркетинговыми каналами на институциональных рынках в условиях интенсивной конкуренции  9. Разработка и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями  10. Особенности маркетинговых стратегий роста малых, средних и крупных компаний  11. Особенности маркетингового управления коммуникациями в системе SMM- маркетинга  12. Специфика управления маркетингом в диверсифицированных компаниях  13. Особенности маркетингового управления в жилищно-коммунальной сфере  14. Методология повышения эффективности стратегических решений по позиционированию российских машиностроительных предприятий на зарубежных рынках  15. Социально-ответственный маркетинг-менеджмент: сравнительный анализ отечественных и зарубежных практик  16. Специфика научно-технического маркетинга на предприятиях институциональных рынков  17. Маркетинговые решения на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.  18. Инновационные маркетинговые подходы в управлении интегрированными логистическими системами  19. Организация маркетинговой деятельности в механистических структурах управления маркетингом  20. Организация маркетинговой деятельности в органистических структурах управления маркетингом  21. Маркетинг впечатлений в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций  22. Особенности маркетингового стратегического планирования на предприятиях малого бизнеса  23. Инновационные маркетинговые подходы к формированию лояльных потребителей  24. Маркетинговые стратегические решения по обеспечению роста компании  25. Управление процессами формирования и развития бренда на глобальных рынках  26. Система маркетингового аудита на предприятиях институционального рынка  27. Маркетинговое управление конкурентоспособностью компании на институциональных рынках  28. Создание сбалансированной системы маркетинговых показателей на предприятии  29. Прогнозирование и стратегическое планирование в маркетинговой деятельности предприятий | |

Аннотацию подготовила: Тимохина Г.С.

Заведующий кафедрой Маркетинга и международного менеджмента

руководитель основной профессиональной

образовательной программы 38.04.02 Менеджмент,

(профиль: маркетинг и брендинг) Л.М. Капустина