**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, экзаменКурсовая 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 рынков2. Управленческие решения в маркетинге по формированию оптимального ассортимента3. Маркетинговое управление поведением потребителей4. Особенности стратегического маркетинга на предприятиях малого бизнеса5. Эффективное управление марочным капиталом компании 6. Маркетинговое управление массовыми коммуникациями 7. Маркетинговое управление взаимоотношениями с потребителями8. 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 компаний11. 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 практик16. Специфика научно-технического маркетинга на предприятиях институциональных рынков17. Маркетинговые решения на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.18. Инновационные маркетинговые подходы в управлении интегрированными логистическими системами19. Организация маркетинговой деятельности в механистических структурах управления маркетингом20. Организация маркетинговой деятельности в органистических структурах управления маркетингом21. Маркетинг впечатлений в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций22. Особенности маркетингового стратегического планирования на предприятиях малого бизнеса23. Инновационные маркетинговые подходы к формированию лояльных потребителей24. Маркетинговые стратегические решения по обеспечению роста компании25. Управление процессами формирования и развития бренда на глобальных рынках26. Система маркетингового аудита на предприятиях институционального рынка27. Маркетинговое управление конкурентоспособностью компании на институциональных рынках28. Создание сбалансированной системы маркетинговых показателей на предприятии29. 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