|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента | | | |
| Дисциплина | | Основы маркетинг-менеджмента | |
| Направление подготовки | | 38.04.02 Менеджмент | |
| Профиль | | Маркетинг и брендинг | |
| Объем дисциплины | | 4 з.е | |
| Формы промежуточной аттестации | | Экзамен, Курсовая работа | |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | |
| Тема | Наименование темы | | |
| Тема 1. | Маркетинговая деятельность организации на российском и зарубежном рынках | | |
| Тема 2. | Товарная политика: сущность и методы разработки инновационных товаров и услуг | | |
| Тема 3. | Разработка комплексной сбытовой и ценовой политики предприятия | | |
| Тема 4. | Маркетинговые коммуникации: классические и прогрессивные инструменты | | |
| Тема 5. | Маркетинговые инструменты исследования рынка | | |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** | | | |
| 1. Егоров Ю.Н. Управление маркетингом [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 238 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1073056 | | | |
| 2. Лапидус Л.В. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2021. - 479 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1241988 | | | |
| 3. Романова Ю. Д., Дьяконова Л.П. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 257 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1073931 | | | |
| 4. Карпова С. В., Азарова С. П. Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 474 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/489061 | | | |
| **Дополнительная литература:** | | | |
| 1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 150 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093460 | | | |
| 2. Тимохина Г. С. Маркетинг-менеджмент [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2019. - 200 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492523.pdf | | | |
| 3. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и специальности "Экономическая теория". - Москва: КНОРУС, 2007. - 669 | | | |
| 4. Липсиц И. В., Липсиц И. В. Маркетинг-менеджмент:учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям. - Москва: Юрайт, 2017. - 378 | | | |

|  |
| --- |
| 5. Синяева И.М. Маркетинг для магистров [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Вузовский учебник, 2018. - 368 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/937984 |
| 6. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 292 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1074173 |
| 7. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 521 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/489034 |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,** **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине** |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Vortex. Акт предоставления прав № Tr024234 от 24.04.2017. |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021 |
| Аннотацию подготовил: Усова Н.В. |

**Перечень тем 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