

«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Б1.В.ДВ.8.1

Дисциплина «Стратегический маркетинг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Коммерция» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть дисциплин по выбору блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» является освоение теоретических знаний в области методологии и организации стратегической маркетинговой деятельности в торговом деле, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачами курса являются:

- освоение основ стратегической маркетинговой деятельности в торговом деле;
- изучение базовых категорий и понятий теории организации стратегической маркетинговой деятельности в торговом деле;
- изучение методов организации и развития стратегической маркетинговой деятельности в торговом деле;
- овладение методологией стратегической маркетинговой деятельности в торговом деле;
- изучение особенностей организации стратегической маркетинговой деятельности в торговом деле.

Результатом изучения дисциплины «Стратегический маркетинг» является развитие навыков использования маркетинговых технологий в процессе управления торговой организацией.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к ОП бакалавриата по направлению 38.03.03 «Торговое дело».

Дисциплина «Стратегический маркетинг» базируется на дисциплине «Менеджмент».

В результате изучения курса обучающийся должен знать:

- подходы к методам анализа, оценки и разработки стратегий организации в части реализации: понятий и сущности маркетинга;
- корпоративных стратегий; маркетинговых стратегий на уровне бизнес-единицы; стратегий, связанных с товаром;
- стратегий, связанных с ценой товара; сбытовых и коммуникационных стратегий.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Стратегический маркетинг» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.03 «Торговое дело».

Процесс изучения дисциплины «Стратегический маркетинг» направлен на формирование профессиональной компетенции ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

подходы к методам анализа, оценки и разработки стратегий организации в части реализации: понятий и сущности маркетинга; корпоративных стратегий; маркетинговых стратегий на уровне бизнес-единицы; стратегий, связанных с товаром; стратегий, связанных с ценой товара; сбытовых и коммуникационных стратегий.

Уметь:

применять теоретические и эмпирические подходы к методам анализа, оценки и разработки стратегий организации в части реализации: понятий и сущности маркетинга; корпоративных стратегий; маркетинговых стратегий на уровне бизнес-единицы; стратегий, связанных с товаром; стратегий, связанных с ценой товара; сбытовых и коммуникационных стратегий.

Владеть:

навыком самостоятельного анализа и реализации подходов к методам анализа, оценки и разработки стратегий организации в части реализации: понятий и сущности маркетинга; корпоративных стратегий; маркетинговых стратегий на уровне бизнес-единицы; стратегий, связанных с товаром; стратегий, связанных с ценой товара; сбытовых и коммуникационных стратегий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.