

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**  Решением Ученого Совета  от «29» августа 2023 г. протокол № 6 | **УТВЕРЖДАЮ**  Ректор АНО ВО «СГЛА»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.04 Маркетинговое управление предприятием**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.04.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Стратегический менеджмент и маркетинг** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения**  **Год начала обучения** | **Очная**  **2023** |
| **Реализуется в семестре** | **2 семестр курс 1** |

**Б1.В.04**

**Маркетинговое управление предприятием**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование дисциплины** | **Б1.В.04**  **Маркетинговое управление предприятием** |
| Краткое содержание | Теоретические основы маркетингового управления. Сущность маркетингового управления экономическими системами. Перспективы развития концепции маркетингового управления. Процессы и технологии маркетингового управления предприятием. Организационные структуры маркетингового управления предприятием. Маркетинговое управление предприятием на корпоративном уровне. Конкурентные стратегии. Портфельные стратегии. Маркетинговое управление предприятием на функциональном уровне. Маркетинговое управление предприятием на инструментальном уровне. Информационное обеспечение маркетингового управления предприятием. Маркетинговые исследования в управлении предприятием. Эффективность маркетингового управления предприятием. |
| Результаты освоения  дисциплины | Выбирает и использует инструменты комплекса маркетинга с учетом их целесообразности в условиях конкретной рыночной ситуации; применяя знания о принципах и процессах интеграции маркетинговой концепции в деятельность организации, обосновывает направления использования современных маркетинговых технологий для разработки и достижения общекорпоративных и маркетинговых стратегий;  С позиций достижения общих целей развития организации составляет план, ставит задачи и контролирует маркетинговое подразделение в организации, разрабатывает систему мотивации его сотрудников, организует взаимодействия внутри маркетинговой службы и с другими подразделениями организации для обеспечения реализации корпоративной стратегии; на основе оценки экономических и социальных результатов осуществления рыночно ориентированной деятельности предприятия определяет результативность маркетингового управления им, принимает решения по внедрению изменений в маркетинговую деятельность. |
| Трудоемкость, з.е. | 3 |
| Формы  отчетности | экзамен  контрольная работа |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | |
| Основная  литература | 1. Виноградова, Т. Г. Управление маркетингом : учебное пособие / Т.Г. Виноградова, Я.И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства РФ ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с., экземпляров неограничено  2.Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление Электронный ресурс : учебник / О.М. Калиева / Н.В. Лужнова. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 289 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-7410-1642-8, экземпляров неограничено  3. 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 : ЮНИТИДАНА, 2017. - 463 c. - ISBN 5-238-00883-Х, экземпляров неограничено |
| Дополнительная  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. Савчук, Г. А. Управление маркетингом на предприятии / Г.А. Савчук; Ю.В. Мокерова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 117 с. - ISBN 978-5-7996-1267-2, экземпляров неограничено 3. Скворцова, Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса / Н.А. Скворцова. - М.|Берлин: ДиректМедиа, 2015. - 325 с. - ISBN 978-5-4475-5240-4, экземпляров неограничено 4. 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 5. Управление маркетингом на предприятии / О.С. Елкина / Т.Д. Синявец / Н.В. Катунина / А.А. Веретено / Т.В. Судакова : учебно-методическое пособие ; ред. Т.Д. Синявец Электронный ресурс : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского ; Омск, 2016. - 264 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-77791994-6, экземпляров неограничено. |