

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ
для подготовки бакалавров по направлению 080200.62 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
(Аннотация)

Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Управление маркетингом» предназначена для студентов 4 курса, обучающихся по направлению 080200.62 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Целью дисциплины является формирование у студентов представлений о процессе управления маркетинговой деятельностью как о способе достижения организацией намеченных результатов, формирование системного представления о предмете и процессе управления маркетингом, а также развитие умений и навыков организации и контроля осуществления маркетинговой деятельности предприятия на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.

Основными задачами дисциплины являются получение теоретических знаний о сущности современной концепции управления маркетингом; освоение принципов и методов управления маркетингом; овладение знаниями в области формирования организованных структур маркетинга; изучение функциональных связей маркетинга на предприятии; изучение процесса управления маркетинговой деятельностью на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях; изучение основ стратегического и оперативного планирования маркетинга на предприятии; овладение навыками разработки маркетингового плана; навыками составления маркетингового бюджета; проведения контроля и аудита маркетинговой деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5Е, 180 часов.

Содержание дисциплины

Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Маркетинговый подход в деятельности фирм. Уровни управления маркетингом.

Место маркетинга в системе управления предприятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Особенности построения оптимальной структуры управления предприятием, действующим на принципах маркетинга.

Виды организационных структур службы маркетинга. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга. Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы.

Проектирование системы маркетинговой службы. Методы проектирования маркетинговых служб. Методы расчета численности персонала. Требования к работникам в области маркетинга. Мотивация персонала службы маркетинга.

Оценка эффективности работы маркетинговой службы. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности. Показатели эффективности управленческой деятельности. Оценка эффективности организации маркетинговой деятельности.

Маркетинговое планирование. Методология и принципы составления маркетинговой программы. Классификация программ маркетинга. Этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов).

Планирование маркетинговой деятельности по уровням управления. Стратегические и тактические решения на корпоративном уровне. Стратегические решения на функциональном уровне (сегментация рынка и позиционирование). Управление маркетинговой деятельностью на инструментальном уровне. Управление продуктом, каналами распределения, маркетинговыми коммуникациями.

Контроль и маркетинговый анализ деятельности предприятия. Маркетинговый анализ. Цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.

Основная литература

1. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Т. П. Данько. - М. : "ИНФРА-М", 2012. - 363 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-003688-5
2. Капон, Н. Управление маркетингом / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. - СПб. : ПИТЕР, 2010. - 832 с. - ISBN 978-5-49807-068-1
3. Ибрагимов, Л. А. Маркетинг : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 080301 "Коммерция (торговое дело)", 080111 "Маркетинг" / Л. А. Ибрагимов. - М. : ЮНИТИ, 2008. - 367 с. - ISBN 978-5-238-01414-2
4. Проблемы маркетинга в корпорациях: учеб. для студентов специальности 080111- Маркетинг / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, Е. Д. Щетинина, С. М. Микалут . - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2010. - 304 с.
5. Пономарева, Т.Н. Управление маркетингом: учеб. пособие для студентов специальности 080111"Маркетинг" / Т. Н. Пономарева, Е. Д. Щетинина, В. Ф. Уварова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2011. - 274 с.
6. Управление маркетингом: метод. указания к выполнению курсового проекта для студентов специальности 080111.65 / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. маркетинга ; сост.: Т. Н. Пономарева, В. Ф. Уварова. - Белгород: БГТУ им. В. Г. Шухова, 2012. - 24 с

Дополнительная литература

1. Управление маркетингом : методические указания к выполнению курсового проекта для студентов специальности 080111 - Маркетинг / БГТУ

им. В. Г. Шухова, каф. маркетинга ; сост.: В. Ф. Уварова, Е. Д. Щетинина . - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2009. - 19 с.

2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд./Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2007. – 736 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).

3. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: учеб. пособие. – М.: Экономистъ, 2005. – 223 с.

4. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. Изд. 4-е, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 334 с. – (Серия «Высшее образование»).

5. Мурахтанова, Н. М. Маркетинг : учебное пособие / Н. М. Мурахтанова. - 6-е изд., стер. - М.: Академия, 2009. - 208 с. - ISBN 978-5-7695-6343-0

6. Маркетинг: учебник/под ред. проф. Н.П. Ващёкина – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: ИД ФБК – Пресс, 2004.- 312 с.

7. Маркетинг: учеб. пособие/ Е.Д. Щетинина, Н.В. Козлова, М.С. Старикова, В.Ф. Уварова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2007. – 215 с.

8. Попова, Г. В. Маркетинг для бакалавров : учеб. пособие / Г. В. Попова. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2011. - 186 с. - (Учебное пособие. Стандарт третьего поколения). - ISBN 978-5-4237-0066-9

Периодическое издания: Журналы "Маркетинг", "Маркетинг в России и за рубежом", "Маркетинг и маркетинговые исследования", "Практический маркетинг", "Эксперт", "Компания", "Деньги".