АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.10 **«Стратегический менеджмент И Маркетинг**»

для направления подготовки /специальности

Направление подготовки /специальность – 38.03.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль/специализация/магистерская программа – «Маркетинг в цифровой среде»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

 **2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в разделе 2 рабочей программы.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* знать действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность, классификации элементов, инструментов
	+ уметь составлять систему показателей эффективности продвижения и обосновывать влияние коммуникационной деятельности на организацию;
	+ уметь обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке;
	+ владеть навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;
	+ владеть методами по выбору маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации и методиками их применения;
	+ владеть навыками по представлению проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации;
	+ владеть навыками проведения анализа эффективности использования коммуникационных инструментов.
* владеть навыками определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| **Индикаторы достижения компетенций** | **Результаты обучения по дисциплине (модулю)** |
| --- | --- |
| УК 2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений  |
| УК-2.1.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | Обучающийся знает: Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.Обучающийся умеет: Умеетпроводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельностиОбучающийся владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ |
| ПК-1.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | Обучающийся знает: * корпоративные стандарты;
* регламенты и иные локальные нормативные акты.
 |
| ПК-1.2.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров | Обучающийся умеет:* составлять договоры гражданско-правового характера;
* оформлять регламенты и иные локальные нормативные акты;
* оформлять документацию по реализации договоров.
 |
| * ПК-1.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы.
 | Обучающийся владеет:* навыками маркетинговые исследования;
* навыками проведения социологических опросов.
 |
| ПК-1.3.4. Владеет навыками по составлению, заключению, контролю выполнения и приемке результатов договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | Обучающийся владеет:* навыками по составлению договоров;
* навыками по заключению договоров;
* навыками по контролю выполнения и приемке результатов договоров;
* навыками проведения социологических опросов;
* навыками анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
 |
| ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ |
| ПК-2.2.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга  | Обучающийся умеет:- составлять предложения в маркетинговую политику;- проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений. |
| ПК-2.3.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий | Обучающийся владеет:- разработки предложений в маркетинговую политику. |
| ПК-2.3.3. Владеет навыками по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ | Обучающийся владеет:- разработки предложений в ценовую политику. |
| ПК-2.3.5. Владеет навыками по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | Обучающийся владеет:- разработки предложений в маркетинговую политику;- разработки предложений в ценовую политику. |
| ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ |
| ПК-3.3.3. Владеет навыками по составлению, заключению и контролю выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | Обучающийся владеет:- разработки предложений в ценовую политику продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах. |
| ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-8.1.4. Знает основы бюджетирования маркетинговой деятельности | Обучающийся знает:- основы бюджетирования;- основы маркетинговой деятельности. |
| ПК-8.2.2.Умеет анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации | Обучающийся умеет:- анализировать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |
| ПК-8.3.3. Владеет навыками составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся владеет:- составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |
| ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-9.1.3 Знает современные правила и стандарты составления технической документации | Обучающийся знает:- современные правила составления технической документации;- современные стандарты составления технической документации. |
| ПК-9.3.1. Владеет навыками согласования показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком | Обучающийся владеет:- навыками согласования показателей эффективности;- навыками стратегии продвижения с заказчиком. |

**4. Содержание и структура дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Сущность стратегического маркетинга и менеджмента. Разработка стратегического плана: анализ информациио внешней и внутренней среде |
| 2 | Методика оценки ориентированности компании на рынок. Прикладная интерпретация теории потребностей |

|  |  |
| --- | --- |
| 3 | Поведение покупателя в процессе выбора товара: измерение познавательной реакции |
| 4 | Измерение эмоциональной и поведенческой реакции. Разработка стратегии компании |

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 9 зачетные единицы (324 час.), в том числе:

5 семестр

лекции – 32 час.

практические занятия – 32 час.

самостоятельная работа – 44 час.

форма контроля знаний - экзамен

6 семестр

лекции – 32 час.

практические занятия – 48 час.

самостоятельная работа – 64 час.

форма контроля знаний - КП, экзамен.