

МАРКЕТИНГ

ФИО преподавателя: д.э.н., профессор Герасименко Валентина Васильевна

Цель освоения дисциплины: научиться проводить качественные и количественные маркетинговые исследования для обоснования бизнес-планов и инвестиционных проектов, для решения задач проникновения на новые рынки и освоения новой продукции, готовить аналитические материалы по направлениям использования результатов проведённых маркетинговых исследований, проводить маркетинговый консалтинг по управлению проектами в различных сферах.

Место дисциплины в учебном плане: вариативная (дисциплины по выбору программы), триместр: второй.

Краткое содержание дисциплины: Курс состоит из 5 тем, каждая из которых рассматривает различные аспекты маркетинга предпринимательского проекта. В рамках первой темы раскрываются актуальные подходы в современном маркетинге, в рамках второй – раскрывается суть маркетинговых исследований в управлении проектами и предпринимательстве. Тема 3 посвящена организации маркетинговой деятельности и методам маркетингового планирования. Тема 4, в свою очередь, раскрывает вопросы разработки маркетинговых стратегий предпринимательского проекта и современной концепция бренд-лидерства Наконец, в рамках последней, пятой, темы студенты изучают маркетинговые коммуникации предпринимательского проекта и оценку эффективности маркетинговых решений.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в формате защиты проектов. Процедура оценивания предусматривает оценку качества и полноты выполнения задания, правильность и полноту ответов на вопросы в ходе обсуждения проекта.