

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Институт систем управления
Кафедра прикладного менеджмента

АННОТАЦИЯ

по дисциплине **«Современные концепции маркетинга»**

направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа
«Стратегический финансовый менеджмент»

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой _____

/Ашмарина С.И./

Самара 2015 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Современные концепции маркетинга» являются формирование знаний о маркетинге как системе управления, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений для повышения эффективности развития компании.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Современные концепции маркетинга» вариативной части общенаучного цикла является важным элементом формирования у специалиста системы знаний в области деятельности предприятия или организации на рынке. Она обеспечивает обязательный минимум знаний для профессиональной деятельности в качестве магистра, что в дальнейшем поможет в изучении такой дисциплины как «Современный стратегический анализ».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Современные концепции маркетинга» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению «Менеджмент»:

а) общекультурных (ОК):

-обладать способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования (ОК-1);

-обладать способностью к изменению профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);

-способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения (ОК-3);

-способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия (ОК-4);

- обладать навыками публичных деловых и научных коммуникаций (ОК-6).

б) профессиональных (ПК):

- формирование у будущего специалиста профессиональных знаний и умений в области обеспечения финансовой безопасности, учитывая при этом, исторические, геополитические, социально-экономические, демографические, и другие особенности РФ (ПК-1);

- способность разрабатывать корпоративную стратегию (ПК-2);

-умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-4);

-владение методами стратегического анализа (ПК-7).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы, функции маркетинга;

- специфику организации системы маркетинговых исследований;
- стратегическое планирование маркетинговой деятельности;
- комплекс маркетинга: разработка продукции, ценообразование, товародвижение, формирование спроса и стимулирование сбыта;
- организацию и контроль маркетинговой деятельности;

Уметь:

- грамотно использовать современные средства маркетинга в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе;
- оценивать состояние рыночной конъюнктуры;
- разрабатывать концепцию и технологию проведения маркетинговых исследований;
- анализировать информацию в ходе проведения маркетинговых исследований;
- строить прогнозы позиционирования бизнеса по результатам маркетинговой деятельности;

Владеть:

- навыками рефлексии и адекватного оценивания своих образовательных результатов;
- ключевыми понятиями, отражающими характер финансовой безопасности как учебной дисциплины.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и	Формы итоговой аттестации
				Всего	Самост. работа	Лекции и	Практические занятия		
1	Современные концепции маркетинга	1	18	72	54	4	14	Тесты, практикум по темам	зачет