АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.3 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки – 38.04.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Программа магистратуры – Управление проектами и рисками

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

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

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся системного представления и профессиональных компетенций в области стратегического и операционного маркетинга в экономике организации, управления проектами и рисками.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* формирование представления о целях, задачах и приложениях стратегического и операционного маркетинга в экономике организации, управления проектами и рисками;
* изучение концепций стратегического маркетинга, овладение методами анализа рыночных возможностей, стратегического планирования, разработки стратегии позиционирования проекта (продукта проекта) в условиях рыночной экономики;
* овладение инструментами операционного маркетинга и навыками разработки маркетингового комплекса проекта, методами разработки продукта проекта, рыночного ценообразования, системы распределения и комплекса продвижения продукта;
* формирование представления о социальной ответственности лиц, осуществляющих маркетинг-менеджмент в экономике организации и управлении проектами, расширении маркетинга и перспективах его развития.

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | Индикатор компетенции |
| УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | УК-1.1 Знает методы системного критического анализа; методики разработки стратегий действий для выявления и решения проблемной ситуации проекта |
| ПК-1  Подготовка экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации | ПК-1.2.2. Умеет разрабатывать план реализации инвестиционного проекта и контролировать его выполнение  ПК-1.2.4. Умеет осуществлять поиск и анализ информации для подготовки и реализации инвестиционного проекта  ПК-1.3.3. Владеет способами обеспечения качества реализации инвестиционного проекта |
| ПК-2  Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами | ПК-2.2.1. Умеет анализировать данные из источников и оценивать качество и достоверность предоставленной информации по явным и неявным признакам  ПК-2.3.4. Владеет навыками подготовки конкурсной документации и информации о порядке проведения конкурсных процедур по инвестиционному проекту |
| ПК-3 Управление рисками инвестиционного проекта | ПК-3.1.3. Знает роль риска в менеджменте организации в рамках реализации инвестиционного проекта  ПК-3.2.1. Умеет анализировать данные о факторах, ценах и тенденциях рынка в рамках реализации инвестиционного проекта  ПК-3.2.2. Умеет использовать эконометрические методы прогнозирования развития рынка на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу  ПК-3.2.3. Умеет собирать, анализировать, систематизировать сведения и данные, документировать полные и исчерпывающие требования к проектам и процессам |
| ПК-4 Управление сроками и контроль реализации инвестиционного проекта | 4.3.4. Владеет навыками организации корректировки контрактной документации по инвестиционному проекту |

В рамках изучения дисциплины осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков:

* поиска и анализа информации для подготовки и реализации инвестиционного проекта;
* овладения способами обеспечения качества реализации инвестиционного проекта;
* подготовки конкурсной документации и информации о порядке проведения конкурсных процедур по инвестиционному проекту;
* организации корректировки контрактной документации по инвестиционному проекту.

**4. Содержание и структура дисциплины**

Раздел 1. Стратегический маркетинг и обоснование стратегии действий.

Раздел 2. Операционный маркетинг и маркетинговый комплекс проекта.

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

Для *очной* формы обучения:

Объем дисциплины – 4 зачетных единицы (144 часов), в том числе:

лекции – 16 часов

практические занятия – 16 часов

лабораторные работы – 16 часов

самостоятельная работа – 60 часов

контроль – 36 часов.

Форма контроля знаний – экзамен, курсовой проект.

Для *заочной* формы обучения:

Объем дисциплины – 4 зачетных единицы (144 часов), в том числе:

лекции – 4 часа

практические занятия – 4 часа

лабораторные работы – 4 часа

самостоятельная работа – 123 часа

контроль – 6 часов.

Форма контроля знаний – экзамен, курсовой проект.