**Магистерская программа «Маркетинг в бизнесе»**

|  |  |
| --- | --- |
| Название модуля по выбору студента | **2.3.1 Модуль "Практический маркетинг"** |
| Специальность | Специальность 1-26 80 05 Маркетинг |
| Профилизация | Маркетинг в бизнесе |
| **Название учебной дисциплины 1** | **Маркетинг некоммерческих организаций** |
| Курс, семестр | 1, 1 |
| Количество аудиторных часов | 44 |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 |
| Лектор | Голубев Константин Иванович, профессор кафедры маркетинга факультета маркетинга и логистики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, доцент. |
| Учебная дисциплина - предшественник | Маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | Некоммерческая организация как объект маркетинга:  Лекции 4ч., Практические 4ч., УСР лекции 2 ч., УСР практические 2ч.  Управление маркетингом некоммерческого субъекта:  Лекции 4ч., Практические 4ч., УСР лекции 4 ч., УСР практические 4ч.  Организация планирования маркетинга некоммерческого субъекта:  Лекции 4ч., Практические 4ч., УСР лекции 2 ч., УСР практические 2ч.  Всего часов  Лекции 12ч., Практические 12ч., УСР лекции 10 ч., УСР практич. 10ч. |
| Рекомендуемая литература | 1. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ламбен Ж.-Ж., Р. Чумпитас, И. Шулинг ; [пер. с англ. И.И. Малкова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2017. - 927 с. : ил. - (Серия "МВА классика"). - Библиогр.: с. 906-927. - Доп. тит. англ. - Фактическая дата выхода - 2016 г. - ISBN 978-5-496-02563-8  2. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 15-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2018. - 844 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - Библиогр.: с. 773-844. - Доп. тит. англ. - ISBN 978-5-4461-0422-2 |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Компетенции учебной дисциплины «Маркетинг некоммерческих организаций»:  - знать и уметь использовать специфические особенности маркетинговой деятельности в некоммерческих организациях.  В результате изучения дисциплины обучаемый должен:  знать:  - сущность и основные категории маркетинга некоммерческих организаций;  - инструментарий маркетинга некоммерческих организаций;  - основы управления маркетингом некоммерческих организаций;  уметь:  - применять инструменты маркетинга некоммерческих организаций;  - разрабатывать стратегии маркетинга некоммерческих организаций;  - осуществлять на практике стратегии маркетинга некоммерческих организаций;  владеть:  - инструментами маркетинга некоммерческих организаций;  - стратегиями маркетинга некоммерческих организаций;  - методами управления маркетингом некоммерческих организаций. |
| Кафедра | Маркетинга |
| **Название учебной дисциплины 2** | **Прямой маркетинг** |
| Курс, семестр | 1, 2 |
| Количество аудиторных часов | 36 |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 |
| Лектор | Полещук Надежда Александровна, кандидат экономических наук, доцент. |
| Учебная дисциплина - предшественник | Маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | Теоретические основы прямого маркетинга. Формы прямого маркетинга. Построение и развитие взаимоотношений с клиентами посредством прямого маркетинга. Основные тенденции развития прямого маркетинга. |
| Рекомендуемая литература | 1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск, Вышэйшая школа, 2010.  2. Стоун, М. Прямой маркетинг / Мерлин Стоун, Дерек Дейвис, Элисон Бонд – Минск: Амалфея, 2003.  3. Тапскотт, Д., Вильямс, Э. Викиномика. Как массовое сотрудни-чество изменяет все / Д. Тапскотт, Э.Вильямс – СПб.: Бест Бизнес Букс, 2009. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Знание всех инструментов продвижения на рынке, сущности, основных категорий и понятий прямого маркетинга, концепции прямого маркетинга, инструментов прямого маркетинга, основ Интернет-маркетинга. |
| Кафедра | Маркетинга |
| **Название учебной дисциплины 3** | **Маркетинг в отраслях и сферах деятельности** |
| Курс, семестр | 1, 2 |
| Количество аудиторных часов | 48 |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 |
| Лектор | Демченко Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | Рынок услуг в современной экономике, реализация концепции маркетинга в сфере услуг, маркетинг туристических услуг, маркетинг гостиничных услуг, маркетинг информационных услуг, маркетинг в общественном питании, маркетинг в торговле, маркетинг в спорте, маркетинг в различных сферах деятельности. |
| Рекомендуемая литература | Демченко, Е.В. Маркетинг услуг: теория, методология, практика: учеб. пособие / Е.В. Демченко. – Минск: УП «ИВЦ Минфина», 2009. – 279 с.  Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М.: Вильямс, 2005. – 997 с.  ЭУМК «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Знание основополагающих принципов и положений маркетинга, методологии формирования комплекса маркетинга, навыки по разработке концепции маркетинга, оценке качества услуг; разработки стандарта обслуживания. |
| Кафедра | Маркетинга |