**Магистерская программа «Маркетинг в бизнесе»**

|  |  |
| --- | --- |
| Название модуля по выбору студента | **2.3.1 Модуль "Управление маркетингом"** |
| Специальность | Специальность 1-26 80 05 Маркетинг |
| Профилизация | Маркетинг в бизнесе |
| **Название учебной дисциплины 1** | **Управление брендами** |
| Курс, семестр | 1, 1 |
| Количество аудиторных часов | ДФО - 44; ЗФО - 12 |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 |
| Лектор | Крылова Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | Сущность и значение бренд-менеджмента 4/4 (лекции/практ. зан.)  Содержание понятия «бренд» и классификация брендов 4/4  Индивидуальность бренда 4/4  Создание и продвижение бренда 4/4  Управление брендами 4/4  Капитал бренда 2/2 |
| Рекомендуемая литература | 1. Годин,А.М. Брендинг : учебное пособие. /А.М. Годин.- М.: Дашков и К, 2012. - 182 с. 2. Макашёв, М.О. Бренд-менеджмент/М.О. Макашев. – СПб: Питер, 2013. - 224 с. 3. Старов, С.А. Управление брендами/ С.А Старов. - СПб.:Изд. «Высшая школа менеджмента», 2010. – 500 с. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Для успешного изучения учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» магистранты должны знать экономическую теорию, психологию, социологию, статистику, теорию маркетинга и менеджмента. |
| Кафедра | Маркетинга |
| **Название учебной дисциплины 2** | **Контроллинг** |
| Курс, семестр | 1, 2 |
| Количество аудиторных часов | ДФО – 36; ЗФО – 8. |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 |
| Лектор | Лешко Валентина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Управление маркетингом, бухгалтерский учет и анализ |
| Содержание учебной дисциплины | Контроллинг как современной концепции системного управления организацией. Виды, элементы и методы контроллинга. Объекты контроллинга: отдельные бизнес-процессы, затраты и результаты. Система сбалансированных показателей. Бюджет в системе оперативного контроллинга. Маркетинг-контроллинг как инструмент повышения эффективности хозяйственной деятельности |
| Рекомендуемая литература | 1. Ивашкевич, В.Б.    Бизнес-задачи, решения и расчеты в управленческом учете: учеб. пособие / В. Б. Ивашкевич. – ИНФРА-М, 2015. - 159 с.  2. Кельчевская, Н.Р. Стратегический контроллинг в промышленных организациях малого бизнеса=STRATEGIC CONTROLLING AT INDUSTRIAL ORGANIZATIONS OF SMALL BUSINESS: монография / Н.Р. Кельчевская, И.С. Пелымская, А.Н. Пятков. – М.: Креативная экономика, 2018. - 154 с. // [Электронный ресурс] Режим доступа:  [http://biblioclub.ru](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498966)  3. Тюрин, Д.В. Маркетинговый аудит: учебник : учеб. пособие / Д. В. Тюрин. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 283 с. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Базовые знания в области управления маркетингом, анализа хозяйственной деятельности |
| Кафедра | Маркетинга |
| **Название учебной дисциплины 3** | **Менеджмент маркетинга** |
| Курс, семестр | 1, 2 |
| Количество аудиторных часов | ДФО- 48; ЗФО- 12. |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 |
| Лектор | Сверлов Алексей Сергеевич, доцент, к.э.н. |
| Учебная дисциплина - предшественник | Маркетинг |
| Содержание учебной дисциплины | Современные тенденции в менеджменте маркетинга, количественная оценка влияния факторов маркетинговой среды на коммерческую деятельность организации, ранжирование, систематизация и отбор целевых рынков, применение количественных методов менеджмента маркетинга в товарной политике коммерческой организации, оптимизация, актуализация и адаптация маркетинговых стратегий коммерческих организаций к рыночной конъюнктуре, финансовый потенциал коммерческой организации и его использование на новых рынках. |
| Рекомендуемая литература | Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И.Л. Акулич. – 8-е изд., исп. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 542 c.  Егоров, Ю.Н. Управление маркетингом: учебник для студентов высших учебных заведений / Ю.Н. Егоров. – Москва : Инфра-М, 2015. – 236 с.  Короткова, Т.Л. Управление маркетингом: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. – 2-е изд., исправленное и дополненное. – Москва : Юрайт, 2018. – 321 с. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Базовые знания в области маркетинга, статистики, анализа хозяйственной деятельности |
| Кафедра | Маркетинга |