«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ»

АННТОТАЦИЯ
К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 6-05-0611-04 «Электронная экономика»
Профилизация Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования	
	Очная (дневная)	Заочная
Курс	4	5
Семестр	7	9
Лекции, часы	16	4
Практические занятия, часы	34	8
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)	-	9 (2 часа)
Экзамен, семестр	7	9
Аудиторных часов по учебной дисциплине	50	14
Самостоятельная работа, часы	94	130
Всего часов / зач. ед.	144 / 4	

1 Краткое содержание учебной дисциплины

Сущность стратегического маркетингового анализа. Анализ маркетинговых возможностей. Оценка конкурентных позиций и разработка конкурентных стратегий. Матричные методы в стратегическом маркетинге. Методы изучения клиентов в стратегическом маркетинге. Стратегический анализ по элементам комплекса маркетинга

2 Результаты обучения

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- место и роль стратегического маркетинга в системе стратегического управления;
- особенности стратегического планирования бизнеса;
- стратегии маркетинга;
- методы стратегического маркетингового анализа;

уметь:

- анализировать маркетинговые возможности предприятия;
- соединять теоретические аспекты стратегического маркетингового анализа с практикой его применения в организациях Республики Беларусь;
- применять модели анализа окружающей бизнес-среды и анализа внутренней среды предприятия в практической деятельности;
- осуществлять стратегическое позиционирование;
- оценивать эффективность стратегий маркетинга;
- управлять маркетинговыми стратегиями предприятия;

иметь навык:

- проведения стратегического маркетингового анализа.

3 Формируемые компетенции

Осуществлять глубокий анализ текущей и прогнозной маркетинговой ситуации с целью обоснования принимаемых управленческих решений

4 Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Текущая аттестация: опрос. Промежуточная аттестация: экзамен.