

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«МАРКЕТИНГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения учебной дисциплины**

Основной целью освоения дисциплины «Маркетинговое консультирование» является формирование теоретических знаний о сущности, целях и задачах консультирования по вопросам маркетинга, а также в формировании у студентов практических навыков по организации и проведению консультационных мероприятий в области маркетинга.

**1.2. Задачи учебной дисциплины:**

- рассмотреть эволюцию взглядов на консультирование;
- изучить этические и правовые нормы, регулирующие взаимоотношения между консультантом и клиентом;
- выявить специфику консультирования по вопросам маркетинга в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях и движениях.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина «Маркетинговое консультирование» является дисциплиной профессионального цикла и входит в перечень дисциплин по выбору вариативной части ООП Б1.В.ДВ.9.2

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Маркетинговое консультирование» являются «Маркетинг», «Логистика», «Менеджмент», «Региональный маркетинг», «Маркетинговые исследования» и др.

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Код сущ-ей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-1	Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческих позиций	<b>Знать:</b> основные логические формы и законы мышления, основные понятия логики, правила и законы правильного мышления. <b>Уметь:</b> применять логические знания для решения практических задач, применять знания логики для обнаружения логических ошибок в мышлении и речи оппонента, избегать логических ловушек в дискуссии и полемике. <b>Владеть:</b> навыками логического мышления для формирования мировоззренческой позиции, логического анализа научной, профессиональной и социальной информации, логическими приемами спора.
ДПК-1	способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные,	<b>Знать:</b> понятия и виды организационных структур при осуществлении международной маркетинговой деятельности, функции и задачи международного маркетинга

	характеризующие экономические показатели конкурентоспособности предприятия, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	<p><b>Уметь:</b> оценивать целесообразность внедрения определенного вида организационной структуры на предприятии, осуществлять контроль международной маркетинговой деятельности</p> <p><b>Владеть:</b> методами оценки эффективности международной маркетинговой деятельности, а также ее мониторинга и контроля</p>
ДПК - 14	Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной рекламной и коммерческой деятельности	<p><b>Знать:</b> практические подходы и пути разрешения проблем управления инновационным процессом в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать инструментарий, методы и алгоритм управления малого предприятия.</p> <p><b>Владеть:</b> современными моделями разработки стратегии инновационного развития</p>

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Раздел 1. Теоретические аспекты консультирования по вопросам маркетинга
- Тема 1.1. Роль и значение консультирования.
- Тема 1.2. Подходы к консультированию.
- Тема 1.3. Разновидности консультирования.
- Раздел 2. Организационные аспекты маркетингового консультирования
- Тема 2.1. Управленческое консультирование.
- Тема 2.2. Организационное поведение в кризисных ситуациях.
- Тема 2.3. Роль маркетинговых исследований в маркетинговом консультировании.
- Раздел 3. Практические аспекты маркетингового консультирования
- Тема 3.1. Консультирование на микроуровне предприятия.
- Тема 3.2. Консультирование на макроуровне предприятия.
- Тема 3.3. Консультирование в общей системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов.

#### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинги), проблемное обучение.

#### Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

*Меркулова А.В., канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики*