

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.4.2 Продуктовая стратегия компании

по направлению подготовки: 39.03.01 Социология

по профилю «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы: ГМУС

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «**Продуктовая стратегия компании**» являются:

- а) рассмотрение тенденций развития рыночной ситуации,
- б) освоение методологии анализа продуктовой стратегии,
- в) изучение оптимальных стратегий достижения рыночной эффективности,
- г) анализ конкурентного и покупательского поведения.

2. Содержание дисциплины «Продуктовая стратегия компании»:

Сущность продуктовой стратегии.

Конкурентное состояние рынка и основные теории конкурентных преимуществ

Типовые продуктовые стратегии компаний

Экономическая стратегия

3. В результате освоения дисциплины «Продуктовая стратегия компании» обучающийся должен:

1) Знать:

- а) сущность и роль продуктовой стратегии компании;
- б) базовые понятия, используемые при разработки и раскрытии содержания продуктовой стратегии фирмы;
- в) содержание и основные этапы разработки товарной стратегии фирмы;
- г) содержание и этапы разработки стратегии .

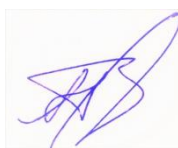
2) Уметь:

- а) собирать, анализировать информацию об общих условиях хозяйствования, конкурентном состоянии рынка;
- б) на основе собранных данных выявлять тенденции развития глобальных и конкурентных условий хозяйствования фирмы;
- в) проецировать влияние изменения глобальных и конкурентных условий хозяйствования на производственно-экономическое состояние фирмы и устойчивость ее конкурентных преимуществ.

3) Владеть:

- а) методами сбора маркетинговой информации;
- б) навыками эффективной оценки и анализа данных продуктовой стратегии компании.

Зав. кафедрой ГМУС



А.Р. Тузиков