

Программа межфакультетского учебного курса «Маркетинг в антикризисном управлении»

Тема №1: Содержание современного маркетинга как особой концепции управления фирмой: многообразие аспектов. Роль маркетинга в crisis management. Модификация целей маркетинга на различных этапах цикла жизни организации. – 2 часа

Тема №2. Стратегический маркетинг. Иерархия маркетинговых стратегий, необходимость их адаптации к различным стадиям экономического цикла и цикла жизни отрасли. – 2 часа

Тема №3. Предкризисное (превентивное) маркетинговое управление. Маркетинговые инструменты превентивного антикризисного управления: маркетинговая информация, разработка антикризисных планов, коммуникации в чрезвычайных ситуациях. Создание устойчивых конкурентных преимуществ организации как основа превентивного антикризисного управления. – 2 часа

Тема №4. Маркетинговое управление в кризисных ситуациях. Изменение целей и условий работы маркетологов на нерастущих рынках. Управление персоналом маркетологов в условиях кризиса. Стратегические альтернативы поведения организации в условиях кризиса. – 2 часа

Тема №5. Динамика спроса и потребительского поведения в условиях кризиса. Влияние экономического кризиса на развитие различных отраслевых потребительских рынков. – 2 часа

Тема №6. Особенности товарной политики в условиях кризиса. Управление ассортиментной матрицей, управление качеством, управление брендом.- 2 часа

Тема №7. Ценовая политика в антикризисном управлении. Содержание ценовой политики фирмы. Роль ценовой политики в достижении финансовых результатов в условиях хорошей и плохой рыночной конъюнктуры. Стратегии и тактические приемы ценообразования в условиях кризиса. – 4 часа

Тема №8. Система распределения в условиях кризиса. Горизонтальные и вертикальные маркетинговые распределительные системы. Конфликты в каналах распределения и их обострение в кризисных ситуациях. Партнерские отношения на современном рынке как антикризисная мера. Изменение форм организации продаж на промышленных и потребительских рынках как антикризисная мера. - 2 часа.

Тема №9. Маркетинговые коммуникации в антикризисном управлении. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Изменения в коммуникационной политике организаций в условиях кризиса – 2 часа.

Тема №10. Роль маркетинга в выведении компании из кризиса. Роль маркетинга в фазах консолидации и трансформации. Роль инновационного

маркетинга в антикризисном управлении. – 2 часа.

Тема №11. **Роль макромаркетинга в антикризисном управлении.** -2 часа.