

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг для стартаперов»

Учебный курс «Маркетинг для стартаперов» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Стратегический маркетинг».

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» включена в состав блока «Факультативы».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены практические занятия (18 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» позволяет подготовить студентов к выполнению выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: мировые и российские истории успеха стартапов; понятие бизнес-идеи, источники идей (анализ, проблемы рынка, поиск свободной рыночной ниши, модификация существующих продуктов), выбор жизнеспособной идеи, формулировка бизнес-идеи; ценностное предложение, мониторинг оценки ценности; бизнес-модель как основа конкурентоспособности и стратегии компании, тестирование бизнес-модели; исследование рынка, методы исследования рынка, инструменты малобюджетного анализа рынка, определение конкурентов, описание конкурентов, критерии оценки конкурентов; понятие целевой аудитории, профиль целевой аудитории, понятие позиционирования, конкурентное преимущество, карты позиционирования; понятие маркетингового плана и маркетингового бюджета; выбор коммуникационной модели, выбор средств продвижения, затраты на продвижение.

Цель дисциплины – формирование комплекса знаний об особенностях разработки и реализации стартапов.

Задачи:

1. Сформировать у студентов систему теоретических знаний в области маркетинга стартапов;
2. Сформировать у студентов навыки выбора оптимальных инструментов маркетинга для разработки и реализации стартапов;
3. Сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке программы продвижения стартапа.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинг для стартаперов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;
- способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 – способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	<ul style="list-style-type: none">• понятие стартапа;• инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов;• понятие целевой аудитории;• понятие позиционирования;• понятие конкурентного преимущества.

	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • находить свободные ниши для развития стартапа; • выбирать и использовать инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • анализировать позицию стартапа на рынке в сравнении с конкурентами; • определять приоритетные целевые аудитории стартапа; • выбирать инструменты продвижения стартапа.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • практическими навыками использования инструментов анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • практическими навыками анализа позиции стартап-проекта на рынке в сравнении с конкурентами; • практическими навыками обоснования бизнес-идеи и стратегии стартапа, а также разработке плана действий по выводу продукта на рынок; • практическими навыками разработки программы продвижения стартапа; • практическими навыками составления плана маркетинговых мероприятий в условиях ограниченности финансовых и кадровых ресурсов.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг для стартаперов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар-дискуссия, деловая игра, кейс-стади.