

**Тематический план самостоятельной работы студента
по дисциплине «Актуальные проблемы современного
менеджмента и маркетинга»
для обучающихся по образовательной программе
направления подготовки 38.04.02. Менеджмент, профиль
«Стратегический менеджмент и маркетинг в здравоохранении» (уровень
магистратуры)
форма обучения заочная
на 2023-2024 учебный год**

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
1	<p style="text-align: center;">Пути построения системы стратегического управления современной организацией: теория ограничений ИлияхуГолдрата.¹</p> <p>Система стратегического управления в экономике; форсайт; проблемы реализации стратегий в России и за рубежом; методология сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортон; стратегическое партнерство. Введение в теорию ограничений. Критерии проверки логических построений. Дерево реальности. Диаграмма разрешения конфликтов. План преобразований. Групповая динамика и метод рассуждений Голдратта.²</p>	23
2	<p style="text-align: center;">Актуальные вопросы корпоративного управления: применение теории Ицхака Адизеса.¹</p> <p>Модели корпоративного управления: американская, германская, японская, семейная; корпоративное управление в России; корпоративное управление – инструмент создания акционерной стоимости; рыночная модель корпоративного управления; модель контроля.²</p>	24
3	<p style="text-align: center;">Проблемы управления персоналом организации: лидерство по Адизесу.¹</p> <p>Функции HR-служб в организации; анализ рынка труда и управление занятостью; отбор и адаптация персонала; планирование карьеры сотрудников; обеспечение условий труда; организация производственных процессов; система мотивации; социальная политика предприятия; профилактика конфликтов; проблемы руководителя.²</p>	23
4	<p style="text-align: center;">Современные технологии управления: бразильский менеджмент, РикардоСемлер.¹</p> <p>Матричная департаментализация; концепция предметной унификации; концепция унификации бизнес-процессов; инжиниринг и реинжиниринг бизнеса; этапы реинжиниринга; концепция обучения и самообучения управляющих систем предприятий; концепция мотивации в рабочих группах матричной организации; контроллинг.²</p>	24
5	<p style="text-align: center;">Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики¹</p> <p>Цифровой маркетинг: современные тенденции и перспективы использования в адаптивных системах управления сбытом. Маркетинговый аспект в реализации инновационных</p>	23

	процессов на предприятии. Современные методы анализа маркетинговых исследований. Практика эффективного инвестирования в PR-проекты: качественный анализ стратегических направлений. Территориальный маркетинг. Реклама и PR как ключевые инструменты маркетинга. ²	
6	Тренды интернет-маркетинга¹ Тренды глобального рынка интернет-маркетинга. Клиентоориентированный контент как один из трендов в интернет-маркетинге. Специфика социальных медиа в современном маркетинге. ²	24
7	Инновационные технологии современного маркетинга¹ Организационный механизм управления маркетингом проекта вывода на рынок онлайн-услуги. Виды маркетинга проекта вывода на рынок онлайн-услуги. Искусственный интеллект в маркетинге инструменты маркетингового анализа рынка. Маркетинговый анализ ассортимента как инструмент совершенствования товарной стратегии как современная технология инновационного маркетинга. ²	23
8	Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики¹ Совершенствование учета реальных пользователей сети интернет для оценки охвата рекламной кампании. Big Data как инновационный инструмент для работы с контекстной рекламой. Сквозная аналитика как способ решения проблем интернет-рекламы. Веб-сайт как основной инструмент успешной коммерческой деятельности на рынке. Проблема этики рекламы и пути ее решения. Тренды в digital-маркетинге. ²	23
	Итого	187

¹ – тема лекции

² – сущностное содержание лекции

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента «20» июня 2023 г., протокол № 13.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева