

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Актуальные проблемы современного менеджмента и
маркетинга»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг
в здравоохранении
(магистратура),
форма обучения заочная
на 2026-2027 учебный год**

№	Тематические блоки	Практическа я подготовка в рамках тематическог о блока ³	Часы (академ.) ⁴
1 семестр			
1.	Понятийное поле теории менеджмента ¹ . Управление и менеджмент: общее и отличительное. Функции менеджмента, субъект и объект управления. Организация в системе менеджмента. Эффект эмерджентности, эффект синергии. Власть как организационная сила. Типы организационных структур. Алгоритм принятия управленческих решений ² . Современные теории менеджмента. Новая парадигма управления ¹ . Понятие парадигмы. Смена парадигмы управления. Развитие теории управления: от технократии к гуманизму. Развитие менеджмента 2.0. Питер Друкер и задачи менеджмента XXI века ² .	-	2
2.	Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой. Задачи менеджмента XXI века ¹ . Г.Хэмел и 25 трансформационных задач менеджмента. Основы теории спиральной динамики в развитии организаций. Стадии развития организаций. Бирюзовые организации будущего ² . Менеджмент по Адизесу: типология лидерства ¹ . Разнообразие теорий лидерства. Функции менеджмента: подход Ицхака Адизеса. Стили лидерства по Адизесу: производитель, герой-одиночка, администратор, бюрократ, генератор идей, поджигатель, интегратор, горячий сторонник, мертвый пень ² .	-	2
3.	Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики ¹ . Цифровой маркетинг: современные тенденции и	-	2

	перспективы использования в адаптивных системах управления сбытом. Маркетинговый аспект в реализации инновационных 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 .		
4.	Тренды интернет-маркетинга ¹ . Тренды глобального рынка интернет-маркетинга. Клиентоориентированный контент как один из трендов в интернет-маркетинге. Специфика социальных медиа в современном маркетинге ² .	-	2
5.	Инновационные технологии современного маркетинга ¹ . 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 .	ПП	2
6.	Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики ¹ . 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 .	-	2
Итого			12

¹ – тема

² – сущностное содержание

³ – ПП (практическая подготовка)

⁴ – один тематический блок включает в себя несколько занятий, продолжительность одного занятия 45 минут, с перерывом между занятиями не менее 5 минут

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента им. Н.П. Григоренко, протокол от «02» июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева