

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9acda1454155621af0ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Стратегический маркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Стратегический маркетинг / сост. к.э.н., доцент Трубникова В.В.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Стратегический маркетинг" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В. _____ 20__ г.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Освоение теоретических знаний о современных направлениях в области стратегического маркетинга, а также формирования компетенций, необходимых для принятия эффективных экономико-управленческих решений на предприятии.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности****Знать:**

методы анализа экономических показателей

Уметь:

анализировать экономические показатели деятельности организации

Владеть:

приемами анализа и синтеза экономических показателей деятельности

ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности**Знать:**

основы стратегического анализа

основные подходы к проведению стратегического анализа

общую структуру разработки стратегии организации

Уметь:

самостоятельно решать поставленную задачу стратегического анализа с использованием накопленных знаний

применять изученные методы стратегического анализа при решении профессиональных задач

разрабатывать стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности

Владеть:

методами стратегического анализа

навыками разработки и осуществления стратегии организации

навыками осуществления стратегического анализа и формирования выводов для разработки стратегии

ПК-10: владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления**Знать:**

особенности построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей при принятии управленческих решений

Уметь:

использовать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели при принятии управленческих решений

Владеть:

навыками построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей при принятии стратегических маркетинговых решений

ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Знать:
сущность влияния финансовых рынков и институтов на инвестиционный процесс в маркетинге
Уметь:
проводить анализ роли финансовых рынков и институтов при разработке маркетинговых инвестиционных проектов
Владеть:
навыками проведения анализа роли финансовых рынков и институтов при разработке маркетинговых инвестиционных проектов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Сущность концепции стратегического маркетинга	Раздел			
1.1	Сущность концепции стратегического маркетинга	Лек	5	2	0
1.2	Сущность концепции стратегического маркетинга	Пр	5	4	0
1.3	Окружающая среда маркетинга и динамика ее изменений: усложнение и усиление компетенции потребителей, недостаток рыночного роста, конкуренция во времени, изменение среды	Ср	5	2	0
1.4	Разработка маркетинговых стратегий	Лек	5	4	2
1.5	Разработка маркетинговых стратегий	Пр	5	6	2
1.6	Разработка маркетинговых стратегий на предприятии по удержанию и увеличению роли рынка, проектированию сбытовых каналов, разработке конкурентного поведения	Ср	5	2	0
1.7	Конкурентоспособность предприятия	Лек	5	2	2
1.8	Конкурентоспособность предприятия	Пр	5	4	2
1.9	Устойчивое конкурентное преимущество предприятия	Ср	5	2	0
1.10	Формирование имиджа предприятия	Лек	5	2	0
1.11	Формирование имиджа предприятия	Пр	5	4	0
1.12	Факторы формирования имиджа предприятия: атмосфера предприятия; отношение к проблемам покупателей; соотношение «цена-качество» товарного ассортимента	Ср	5	2	0
	Раздел 2. Маркетинговые стратегии	Раздел			
2.1	Стратегии роста предприятий	Пр	5	4	0
2.2	Стратегии роста предприятий	Лек	5	2	0
2.3	Основные стратегии роста предприятий и условий для их осуществления: проникновение на рынок, расширение рынка, диверсификации	Ср	5	2	0
2.4	Стратегическое планирование маркетинга предприятия	Лек	5	2	0

2.5	Стратегическое планирование маркетинга предприятия	Пр	5	6	0
2.6	Особенности стратегического планирования на предприятии	Ср	5	2	0
2.7	Типы организационных структур	Пр	5	4	2
2.8	Типы организационных структур	Лек	5	2	0
2.9	Типы организационных структур	Ср	5	2	0
2.10	Организационная культура как объект стратегических изменений	Лек	5	2	2
2.11	Организационная культура как объект стратегических изменений	Пр	5	4	0
2.12	Организационная культура как объект стратегических изменений	Ср	5	4	0
2.13	Экзамен	Экзамен	5	36	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Лужнова Н.В., Калиева О.М., Мантрова М.С. - Стратегический маркетинг: учебник - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.	http://www.iprbookshop.ru/61409.html	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Реброва Н. П. - Стратегический маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8	1
Л2.2	Пашкус Н. А. - Стратегический маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/74048CED-A0D0-47B5-A150-A02C2AE8E9BD	1
Л2.3	Жук Е. С., Кетова Н. П. - Стратегический маркетинг: Учебник - Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011.	http://www.iprbookshop.ru/47144	1
Л2.4	Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Тарасевич В.М. - Маркетинг: учебник для вузов, рек. МО РФ - СПб.: Питер, 2010.		10

6.1.3. Методические разработки

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Афанасьева Л.А. - Бизнес-практикум по маркетингу: учебно-методическое сетевое электронное пособие - Курск: [Б.и.], 2012.		1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сайт журнала "Маркетинг в России и за рубежом"
Э2	Энциклопедия маркетинга
Э3	Журнал "Маркетинговые коммуникации"
Э4	Журнал "Директор по продажам"

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows 7 Prof проприетарное программное обеспечение. Open License: 47818817; Microsoft Office Professional Plus 2007 проприетарное программное обеспечение. Open License: 43219389; Google Chrome свободная лицензия BSD; 7-Zip свободная лицензия GNU LGPL; Adobe Acrobat Reader DC бесплатное программное обеспечение; Microsoft Windows XP Professional проприетарное программное обеспечение. Open License: 47818817; Microsoft Office Professional 2003 проприетарное программное обеспечение. Open License: 41902857.
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
7.3.2.1	СПС Консультант плюс
7.3.2.2	Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
7.3.2.3	Университетская библиотека ONLINE http://biblioclub.ru/
7.3.2.4	Электронно-библиотечная система IPRbook http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.5	Электронно-библиотечная система Юрайт https://biblio-online.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Лаборатория технологий управления и торгового дела (учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 505. Доска магнитно-маркерная 90*120 PROFF WB0912/20-0702 (с магнитом и маркером) – 1 шт. Доска информационная – 1 шт. Концентратор Switch 24 port COMPEX – 1 шт. Стол офисный угловой с подкатной тумбой 140*140/65*75 – 1 шт. Стол компьютерный 103*67*75 – 11 шт. Кресло рабочее поворотное-подъемное Chairman CH 661 – 13 шт. Компьютер МК 2012-3400-4-8 (с/бл, монит, клав., акуст. система) – 12 шт. Огнетушитель ОУ-3 – 1 шт. Стул полумягкий ERA – 4 шт.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Указания по подготовке к занятиям лекционного типа

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

1.2. Указания по подготовке к занятиям семинарского типа

Практические занятия имеют следующую структуру:

- тема практического занятия;
- цели проведения практического занятия по соответствующим темам;
- задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических действий, задач, примеров.
- рекомендуемая литература.

1.3. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

1.4. Методические указания по работе с литературой

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.

В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.

Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.