

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2021_122532
Актуализировано: 27.04.2021

**Рабочая программа дисциплины
Стратегический маркетинг**

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04 шифр
	Маркетинг наименование
Формы обучения	Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Кислицына Валентина Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Целью учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» является углубленное изучение теоретических основ и практических навыков в использовании инструментов стратегического маркетинга
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. формирование знаний о процессе организации и принятия стратегических решений в области маркетинга 2. формирование навыков применения эффективных методов реализации принципов стратегического маркетинга 3. формирование навыков проведения стратегического анализа и планирования и разработки маркетинговых стратегий 4. формирование навыков аналитической и практической деятельности и принятия стратегических решений в сфере маркетинга

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-7

Способностью определять приоритетные направления проведения маркетинговых исследований, осуществлять руководство исследованиями, обеспечивать активное участие работников в проведении исследований, в том числе в сфере проектной деятельности, с целью формирования стратегических преимуществ организации		
Знает	Умеет	Владеет
основные принципы и методы проведения маркетинговых исследований, способы определения приоритетных направлений исследований; функции руководителя и сотрудников в процессе проведения маркетинговых исследований, роль исследований в обеспечении стратегических преимуществ организации	определять приоритетные направления проведения маркетинговых исследований, применять методы проведения исследований на практике; осуществлять руководство исследованиями, стимулировать сотрудников к активному участию в проведении исследований, в том числе в проектной деятельности	методами сбора, обработки и анализа информации в ходе проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; навыками руководства исследованиями, приемами вовлечения сотрудников в проведение исследований, в том числе в проектной деятельности

Компетенция ПК-8

Способностью разрабатывать основные направления организационных изменений, решать стратегические и оперативные задачи с целью совершенствования бизнес-процессов в сфере маркетинга		
Знает	Умеет	Владеет
основы разработки основных направлений организационных изменений, способы и методы решения стратегических и	выявлять основные направления организационных изменений, решать стратегические и оперативные задачи с	навыками разработки основных направлений организационных изменений, решения стратегических и оперативных задач с целью

оперативных задач с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере	целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере	совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере
--	--	--

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Концепция стратегического маркетинга	ПК-8
2	Корпоративные стратегии	ПК-7, ПК-8
3	Функциональные стратегии	ПК-7, ПК-8
4	Инструментальные стратегии	ПК-7, ПК-8
5	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-7, ПК-8

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	5 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	5	216	6	132	86	34	52	0	84			5

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Концепция стратегического маркетинга»		39.00
Лекции		
Л1.1	Сущность и содержание стратегического маркетинга	2.00
Л1.2	Этапы разработки маркетинговой стратегии	2.00
Л1.3	Анализ маркетинговой среды	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Стратегическая ориентация организации	2.00
П1.2	Стратегические решения в бизнесе	2.00
П1.3	Методы анализа маркетинговой среды	4.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа студентов	15.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
Раздел 2 «Корпоративные стратегии»		68.00
Лекции		
Л2.1	Портфельные стратегии	4.00
Л2.2	Стратегии роста	4.00
Л2.3	Конкурентные стратегии	4.00
Л2.4	Анализ привлекательности рынка	4.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Разработка портфельных стратегий	6.00
П2.2	Разработка стратегий роста	6.00
П2.3	Разработка конкурентных стратегий	6.00
П2.4	Методы анализа привлекательности рынка	6.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа студентов	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 3 «Функциональные стратегии»		36.00
Лекции		
Л3.1	Стратегии сегментирования	2.00
Л3.2	Стратегии позиционирования	2.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Разработка стратегий сегментирования рынка	2.00
П3.2	Разработка стратегий позиционирования	2.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Самостоятельная работа студентов	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 4 «Инструментальные стратегии»		46.00
Лекции		

Л4.1	Товарные стратегии	2.00
Л4.2	Ценовые стратегии	2.00
Л4.3	Стратегии распределения	2.00
Л4.4	Стратегии продвижения	2.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Разработка товарных стратегий	4.00
П4.2	Разработка ценовых стратегий	4.00
П4.3	Разработка стратегий распределения	4.00
П4.4	Разработка стратегий продвижения	4.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Самостоятельная работа студентов	12.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	9.50
Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э5.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР5.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР5.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		216.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Пашкус, Наталья Анатольевна. Стратегический маркетинг : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус. - Москва : Юрайт, 2016. - 225 с. : рис., табл. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 222-223 (23 назв.). - ISBN 978-5-9916-7866-7 : 603.14 р. - Текст : непосредственный.

2) Лужнова, Н. В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Маркетинг-менеджмент : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Высш. шк. экономики ; ред.: И. В. Липсиц, О. К. Ойнер. - Москва : Юрайт, 2017. - 377 с. : рис. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 377-378 (28 назв.). - ISBN 978-5-534-01165-4 : 942.34 р. - Текст : непосредственный.

2) Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : Учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. - 4-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 521 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01588-1 : 1189.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/450105> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

3) Кислицына, Валентина Васильевна Управление маркетингом : учеб. для студентов направления 38.03.02 / В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Текст : электронный. Ч. 1 Управление маркетингом на корпоративном и функциональном уровнях. - [Б. м. : б. и.]. - 2019. - 180 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 13.07.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

Учебно-методические издания

1) Приказчикова, Ю. В. Современный стратегический анализ : учебно-методическое пособие / Ю. В. Приказчикова. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 47 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/153154> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Приказчикова, Ю. В. Стратегический анализ : учебно-методическое пособие / Ю. В. Приказчикова. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 48 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/153157> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Бургат, В. В. Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины "Стратегический маркетинг" / В. В. Бургат. - Омск : ОмГУПС, 2020. - 25 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/165632> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Учебно-наглядное пособие

1) Журавлева, Н. Ю. Маркетинг : учебно-наглядное пособие / Н. Ю. Журавлева, С. А. Кирюшин. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. - 66 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/144713> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Фокина, Ольга Васильевна. Стратегический маркетинг : учебное наглядное пособие для обучающихся направления 38.03.02 "Менеджмент" профиль "Маркетинг" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 28 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)

- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=122532