|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Технологии стратегического маркетинга** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 38.03.02 | Менеджмент |
| Профиль | Маркетинг и бренд-менеджмент | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 11 месяцев | |
| Форма обучения | Очно-заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Технологии стратегического маркетинга» изучается в восьмом семестре.
      2. Курсовая работа не предусмотрена.

3.1. Форма промежуточной аттестации:

восьмой семестр - зачет

3.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Технологии стратегического маркетинга» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.
      2. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:
    - Менеджмент;
    - Мировая экономика и международные экономические отношения;
    - Институциональная экономика;
    - Экономика организаций (предприятий);
    - Маркетинг.
      1. Результаты обучения по учебной дисциплине «Технологии стратегического маркетинга», используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
    - Стратегический бренд-менеджмент;
    - Бизнес-планирование;
    - Планирование на предприятии;
    - Управление проектами.
      1. Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении учебной/производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Технологии стратегического маркетинга» являются:
    - изучение принципов и методов маркетингового управления компанией на стратегическом уровне управления;
    - формирование навыков стратегического маркетингового подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности, выстраивания взаимосвязей стратегического маркетинга с другими функциональными подразделениями компании с акцентом на решение общекорпоративных задач роста и управления;
    - формирование у обучающихся компетенцией, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения**  **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-3  Способен анализировать текущую рыночную конъюнктуру. | ИД-ОПК-3.2  Определение экономических и социальных последствий принятия решений в сфере маркетинга с учетом закономерностей рыночной конъюнктуры. | * Определяет экономические и социальные последствия принятия решений в сфере маркетинга с учетом закономерностей рыночной конъюнктуры на стратегическом уровне управления. * Планирует и координирует маркетинговой деятельности, относящейся на стратегическом уровне управления. * Идентифицирует и систематизирует риски, относящихся к реализации маркетинговых проектов на стратегическом уровне управления. |
| ПК – 4  Способен реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментария бренд-менеджмента и маркетинга, направленного на формирование программ лояльности потребителей. | ИД-ПК-4.2  Планирование и координация маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду. |
| ПК-5  Способен реализовывать мероприятия по формированию репутации бренда, идентифицировать и оценивать сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски. | ИД-ПК-5.2  Идентификация и систематизация рисков, относящихся к реализации маркетинговых проектов. |

Структура и содержание учебной дисциплины

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очно-заочной форме обучения | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |