|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Стратегический менеджмент** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02Менеджмент |  |
| Направленность (профиль) | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | Очно-заочная |

* + - 1. Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент» изучается в шестом семестре.
			2. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

## Форма промежуточной аттестации: экзамен

## Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент» к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» является:
			2. - развитие у будущих менеджеров стратегического мышления;
			3. - получение обучающимися необходимых теоретических и приобретение практических навыков в области развития и применения методов стратегического менеджмента в организации;
			4. - формирование необходимых компетенций для анализа и решения стратегических проблем развития организации;
			5. - формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
			6. - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;
			7. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** |
| --- | --- |
| УК-3Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | ИД-УК-3.1Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. |
| ПК-1Способен выполнять поиск, сбор и анализ информации для реализации функций бренд-менеджмента и проведения маркетингового исследования | ИД-ПК-1.2Использование средств получения и обработки маркетинговой информации, используемой для проведения маркетингового исследования и повышения потенциала бренда. |
| ПК-2Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач | ИД-ПК-2.3Планирование маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 8 | **з.е.** | 180 | **час.** |

 Annot\_380501\_01\_2021\_o\_Стратегический менеджмент