

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.09.2023 17:15:00
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегический маркетинг

| | |
|---|------------------------------|
| Уровень образования | бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |
| Профиль | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 6 месяцев |
| Форма обучения | Очно-заочная |

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» изучается в шестом семестре. Курсовая работа не предусмотрена.

3.1. Форма промежуточной аттестации:

шестой семестр - экзамен

3.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Менеджмент;
- Мировая экономика и международные экономические отношения;
- Методы принятия управленческих решений;
- Экономика организаций (предприятий);
- Маркетинг;
- Бренд-менеджмент.

Результаты обучения по учебной дисциплине «Стратегический маркетинг», используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Стратегический бренд-менеджмент;
- Анализ и оценка риска;
- Планирование на предприятии;
- Управление проектами.

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

Целями изучения дисциплины «Стратегический маркетинг» 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-ПК-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. |
| 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. | – Планирует и координирует маркетинговую деятельность, относящейся на стратегическом уровне управления. – Идентифицирует и систематизирует риски, относящихся к реализации маркетинговых проектов на стратегическом уровне управления. |
| 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

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|--------------------------------|---|------|-----|------|
| по очно-заочной форме обучения | 4 | з.е. | 144 | час. |
|--------------------------------|---|------|-----|------|