

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 10:27:47
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегический маркетинг

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Профиль	Технологии цифрового производства изделий из кожи
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

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

3.1. Форма промежуточной аттестации:

шестой семестр - зачет

3.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к элективным дисциплинам в части программы, формируемой участниками образовательных отношений (майноор 2).

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;
- анализ и формирование факторов спроса, привлекательности и конкурентоспособности с учетом отраслевой специфики;
- 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 компетенций 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
ДПК-22 Способен анализировать, определять и использовать на практике подходящие инструменты и методы стратегического маркетинга	ИД-ДПК-22.1 Использование подходящих инструментов и методов стратегического маркетинга для проведения микро- и макросегментации рынка для формирования потребностей, а также анализа привлекательности рынка с учетом факторов влияющих на различные виды спроса	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет инструменты и методы стратегического маркетинга; – Анализирует различные виды спроса; – Определяет привлекательность рынка продукции отрасли; – Проводит микро- и макросегментации рынка для формирования потребностей, а также анализ привлекательности рынка; – Формирует конкурентные преимущества и проводит анализ конкурентоспособности отрасли/продукции; – Анализирует стратегические особенности деятельности организации в отрасли; – Формирует и анализирует маркетинговую стратегию организации в отрасли.
	ИД-ДПК-22.2 Формирование конкурентных преимуществ и проведение анализа конкурентоспособности различных объектов в соответствии с подходящими методами их оценки	
	ИД-ДПК-22.3 Разработка маркетинговой стратегии организации; корректировка стратегии развития организации, её миссии и предназначения в соответствии с её актуальной маркетинговой стратегией	

Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	3	з.е.	96	час.
-------------------------	---	------	----	------