

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.06.2025 14:48:23  
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 швейных изделий |                                          |
| 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 (майнор 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-18<br><br>Способен анализировать, определять и использовать на практике подходящие инструменты и методы стратегического маркетинга | ИД-ДПК-18.1<br>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"> <li>– Определяет инструменты и методы стратегического маркетинга;</li> <li>– Анализирует различные виды спроса;</li> <li>– Определяет привлекательность рынка продукции отрасли;</li> <li>– Проводит микро- и макросегментации рынка для формирования потребностей, а также анализ привлекательности рынка;</li> <li>– Формирует конкурентные преимущества и проводит анализ конкурентоспособности отрасли/продукции;</li> <li>– Анализирует стратегические особенности деятельности организации в отрасли;</li> <li>– Формирует и анализирует маркетинговую стратегию организации в отрасли.</li> </ul> |
|                                                                                                                                        | ИД-ДПК-18.2<br>Формирование конкурентных преимуществ и проведение анализа конкурентоспособности различных объектов в соответствии с подходящими методами их оценки                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                        | ИД-ДПК-18.3<br>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. |
|-------------------------|---|------|----|------|