

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 10:20:59  
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 кожи и меха
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-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"> <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-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	<b>з.е.</b>	96	<b>час.</b>
-------------------------	---	-------------	----	-------------