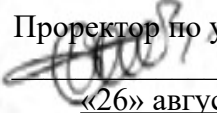




**Частное учреждение высшего образования
«Институт государственного администрирования»**

**Факультет Экономики и управления
Кафедра Экономики и менеджмента**

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 П.Н. Рузанов
«26» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

**Направление подготовки:
38.04.01 «Экономика»
Профиль: «Экономика и внешнеэкономическая деятельность»
Квалификация – магистр
Форма обучения: очная, заочная**

Москва 2022

Направление подготовки	38.04.01 «Экономика»
Направленность (профиль) подготовки	(код и наименование направления подготовки) «Экономика и внешнеэкономическая деятельность»
Квалификация выпускника	(наименование профиля подготовки) магистр
Форма обучения	Очная/заочная

Рабочая программа по дисциплине **«Стратегический маркетинг»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра для обучающихся по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**

СОСТАВИТЕЛЬ :

Доктор экономических наук

Симичев А.М.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 7
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся 7
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине: 121
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 12
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 21
8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения) 23
9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы 24
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 25

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать: формы и принципы организации исследовательских и проектных работ в управлении коллективом.</p> <p>Уметь: анализировать микроэкономические явления на уровне фирмы и рынков, организовывать модельные исследовательские и проектные работы, адаптировать знания микроэкономики к профессиональной сфере деятельности экономиста на фирме.</p> <p>Владеть: практическими навыками организации исследовательских и проектных работ в управлении коллективом фирмы.</p>
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: организационную структуру и систему управления предприятием и его финансами, содержание правовых и нормативных документов, регулирующих деятельность предприятия и методы ее оценки</p> <p>Уметь: Выявлять отклонения в деятельности предприятия от принятых стандартов, разрабатывать мероприятия по изменению деятельности предприятия, уметь оценивать релевантность принятых управленческих решений.</p> <p>Владеть: Навыками анализа и прогноза деятельности предприятия, методикой выявления рисков и оценки принятых управленческих решений</p>
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: особенности функционирования экономического знания в современном обществе, духовных ценностях, их значении в жизни общества.</p> <p>Уметь: применять философские принципы и законы; развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования; самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения</p> <p>Владеть: способностью не просто отражать экономические явления в особенной форме, но и конструировать своеобразную картину социально-экономического мира; -методами системного</p>

		анализа; работой с литературой, научно-техническими отчетами, справочниками и другими информационными источниками.
ОПК-3	способностью принимать организационно-управленческие решения	Знать: методику сбора информации для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов Уметь: анализировать основные экономические и социально-экономические показатели, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов Владеть: методами анализа экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-1	способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований	Знать: содержание и алгоритм подготовки и налаживания деятельности фирмы и предпринимательской деятельности; организационно-экономические и технико-технологические факторы деятельности фирм и предпринимательской деятельности и методы их оптимизации; содержание и порядок целеполагания при решении стратегических и тактических задач фирмы и предпринимательской деятельности и методику их принятия; методы проведения контрольных мероприятий в ходе достижения поставленных целей; круг профессиональных обязанностей и меру ответственности за их выполнение; современные направления рационализации профессиональной деятельности и методы их внедрения; Уметь: формулировать концепции стратегического развития фирмы и предпринимательской деятельности и методы их и корректировки на основании прогнозов; оценивать результаты хозяйственной деятельности фирмы и предпринимательской деятельности и принимать на их основании необходимые корректировки; разрабатывать методические и нормативные документы, способные повысить эффективность деятельности фирмы и предпринимательской деятельности; определять степень ответственности за принимаемые решения для себя и своих коллег; использовать научные, законодательные и организационные методы при отстаивании определенной позиции; Владеть: методами проектно-экономической и аналитической работы в условиях неопределенности внешней и внутренней среды; методами персонификации профессиональной ответственности; инструментами и способами реализации разработанных проектов и программ и
ПК-2	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	
ПК-4	способностью представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада	

		их контроля.
ПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p>Знать: основные методы и инструменты сбора и анализа экономической информации в области принятия стратегических решений на микроуровне, необходимые для подготовки аналитических материалов и принятия оценочных решений.</p> <p>Уметь: анализировать микроэкономические проблемы в области принятия стратегических решений на микроуровне, формулировать тезисы и обоснование для аналитических материалов;</p> <p>Владеть: методами подготовки аналитических материалов для оценки стратегических решений на микроуровне</p>
ПК-5	способностью самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ	<p>Знать: методологию подготовки заданий и разработки проектных решений с учетом фактора неопределенности, разработки соответствующих методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ</p> <p>Уметь: самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ</p> <p>Владеть: навыками подготовки заданий и разработки проектных решений с учетом фактора неопределенности, разработки соответствующих методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ</p>
ПК-7	способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	<p>Знать: методологию разработки стратегии поведения экономических агентов на рынках оценки бизнеса и недвижимости</p> <p>Уметь: использовать методологию разработки стратегии поведения экономических агентов на рынках оценки бизнеса и недвижимости</p> <p>Владеть: навыками использования методологии разработки стратегии поведения экономических агентов на рынках оценки бизнеса и недвижимости</p>
ПК-8	способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	<p>Знать: нормативно-правовую базу в области бухгалтерского учета и аудита; основные методы сбора и анализа информации, способы формализации цели и методы ее достижения; методологию проведения и формализации результатов проведенного аудита;</p> <p>Уметь: применять нормативные и правовые документы в профессиональной деятельности; использовать основные методы бухгалтерского учета и аудита.</p> <p>Владеть: методами проведения проверки достоверности бухгалтерской отчетности и</p>

		принятия аудиторского решения; основными приемами проведения аудита и аудиторскими стандартами;
ПК-9	способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	Знать: основные формы бухгалтерской и финансовой отчетности; основные виды аудита и правовые последствия аудиторских заключений; Уметь: анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, для достижения целей и задач аудита; Владеть: методами сбора, расчета, анализа показателей бухгалтерского учета при проведении аудита; методами составления аудиторских заключений
ПК-14	способностью разрабатывать учебные планы, программы и соответствующее методическое обеспечение для преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Знать: методы реализации проектов микроэкономического анализа и возможности их использования на практике; Уметь: анализировать проблемы микроэкономической теории и практики, использовать полученные результаты в исследовательских работах; Владеть: практическими навыками разработки методических и нормативных документов при реализации проектов и программ

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к циклу дисциплин вариативной части Б1.В.ДВ.2.1

Дисциплина предшествует изучению дисциплин «Международный маркетинг», «Страхование внешнеэкономической деятельности», «Конъюнктура мирового рынка», «Коммерческое ценообразование» и др.

Для ее успешного освоения студенты должны владеть базовыми знаниями микроэкономики и экономико-математического моделирования в объеме бакалавриата, иметь представление о концепциях рыночной экономики и принципах поведения хозяйствующих субъектов.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

3.1. Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Очная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость	
	Академические часы	Зачетные единицы
Общая трудоемкость	144	4
Аудиторная работа, всего:	32	
Лекции	12	
Практические занятия	20	
Самостоятельная работа, всего:		
в том числе:	85	
<i>Самоподготовка (самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю и т.д.)</i>		
Подготовка к экзамену	27	
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	экзамен	

Заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость	
	Академические часы	Зачетные единицы
Общая трудоемкость	144	4
Аудиторная работа, всего:	14	
Лекции	4	
Практические занятия	10	
Самостоятельная работа, всего:		
в том числе:	121	
<i>Самоподготовка (самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю и т.д.)</i>		
Подготовка к экзамену	9	
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	экзамен	

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах) очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоём- кость (в часах)	Виды учебных занятий, вклю- чая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы те- кущего контроля успеваемо- сти
			аудиторные учеб- ные занятия		самостоя- тельная ра- бота обу- чающихся	
			всего	лекци и		
1.	Тема 1. Сущность, основные понятия стратегического маркетинга.	16	2	2	12	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
2.	Тема 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией.	14		2	12	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
3.	Тема 3. Портфельный анализ.	16	2	2	12	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
4.	Тема 4. Базовые стратегии развития.	18	2	4	12	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
5.	Тема 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).	16	2	2	12	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
6.	Тема 6. Конкурентные стратегии.	18	2	4	12	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
7.	Тема 7. Операционные стратегии маркетинга	19	2	4	13	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
8.	Подготовка к экзамену	27				
ИТОГО:		144	12	20	85	

Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах) заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоём- кость (в часах)	Виды учебных занятий, вклю- чая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы те- кущего контроля успеваемо- сти
			аудиторные учеб- ные занятия		самостоя- тельная ра- бота обу- чающихся	
			всего	лекци и		
1.	Тема 1. Сущность, основные понятия стратегического маркетинга.					сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
2.	Тема 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией.	22	2	2	20	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
3.	Тема 3. Портфельный анализ.					сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
4.	Тема 4. Базовые стратегии развития.	22		2	20	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
5.	Тема 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).					сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
6.	Тема 6. Конкурентные стратегии.	27		4	21	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
7.	Тема 7. Операционные стратегии маркетинга	24	2	2	20	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
8.	Экзамен	9				
ИТОГО:		144	4	10	121	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по разделам

(темам)

Тема 1. Сущность, основные понятия стратегического маркетинга.

Предпосылки возникновения стратегического менеджмента и стратегического маркетинга. Маркетинг в условиях турбулентности. Стратегии «рыночного втягивания» и «технологического вталкивания». Стандартизация против адаптации. Сравнительные характеристики долгосрочного планирования и стратегического. Стратегия и тактика управления. Связь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга. Генеральный менеджмент, управляемый рынком.

Тема 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией.

Миссия организации. Значение миссии в формировании цели и направления развития организации. Разработка долгосрочных и краткосрочных целей. Анализ внешней среды. Анализ внутренней среды. Выбор стратегии маркетинга.

Тема 3. Портфельный анализ.

Понятие стратегической единицы бизнеса и корпоративного портфеля. Матрица Бостон Консалтинг Групп «рост – доля». Матрица Дженерал Электрик «привлекательность отрасли – позиция в конкуренции». Матрица жизненного цикла отрасли. Анализ корпоративного портфеля

Тема 4. Базовые стратегии развития.

Стратегия лидерства за счет минимизации издержек. Стратегия дифференциации. Стратегии специализации (фокусирования, концентрации).

Тема 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).

Интенсивный рост: расти в пределах базового рынка. Стратегия проникновения: развивать продажи выпускаемых товаров на существующих рынках. Стратегия развития рынков: развивать продажи выпускаемых товаров на новых рынках. Стратегия развития через товары: развивать продажи на существующих рынках, предлагая новые или улучшенные товары. Интегративная стратегия: расти в пределах индустриальной цепочки. Вертикаль-

ная интеграция. Горизонтальная интеграция. Стратегии роста через диверсификацию: стратегия концентрической (связанной) диверсификации, стратегия чистой (несвязанной) диверсификации. 8

Тема 6. Конкурентные стратегии.

Стратегии лидера отрасли. Стратегия «бросающего вызов». Стратегия «следующего за лидером». Стратегии для слабого бизнеса. Стратегии для фирм, действующих в новых отраслях. Стратегии для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии зрелости. Стратегии для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии спада. Стратегии для фирм, работающих в раздробленных отраслях. Стратегии конкуренции на международных рынках. Цели международного развития. Стратегические альянсы (объединения).

Тема 7. Операционные стратегии маркетинга

Стратегия качества товара. Стратегии ценообразования. Стратегии в канале сбыта: интенсивный сбыт, избирательный сбыт, эксклюзивное распределение и франшиза. Стратегии сотрудничества с посредниками: стратегия вталкивания и стратегия втягивания. Стратегии коммуникации: позиционирования, «послания», «звездная». Стратегии регулирования спроса на этапах ЖЦТ.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

Формы самостоятельной работы по темам дисциплины:

1. Работа с учебной и справочной литературой.
2. Поиск информации в Интернете по заданной теме.
3. Изучение нормативно-правовых актов по изучаемой теме.
4. Подготовка доклада к обсуждению на семинарском занятии по рекомендованным источникам.

Примерные темы докладов для самостоятельного изучения вопросов:

1. Концепции стратегического маркетинга.
 2. Плановый характер функционирования маркетинга.
 3. Перечислите основные стратегии маркетинга, их роль в разработке бизнес-стратегии и бизнес-плана предприятия.
 4. Какие рыночные параметры используются при построении стратегических матриц?
 5. В чем заключаются достоинства и недостатки каждой стратегической матрицы?
 6. Перечислите этапы разработки маркетинговой стратегии.
 7. Какова цель и основные задачи операционного маркетинга?
 8. Каковы задачи маркетингового контроллинга?
 9. Назовите цель, задачи и критерии сегментирования рынка.
 10. Назовите цель, задачи и методы позиционирования товара (фирмы).
 10. Корпоративные стратегии предприятия.
 11. Бизнес-стратегии предприятия.
 12. Функциональные стратегии предприятия.
 13. Стратегический контроль и его функции.
 14. Управленческое консультирование в сфере стратегического маркетинга.
- 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**
- 6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине
- 1) Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и её формулировка	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Сущность, основные понятия стратегического маркетинга.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	сообщение, собеседование
2.	Тема 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	собеседование, тест
3.	Тема 3. Портфельный анализ.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	собеседование, тест
4.	Тема 4. Базовые стратегии развития.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	собеседование, тест
5.	Тема 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	собеседование, тест
6.	Тема 6. Конкурентные стратегии.	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	собеседование, тест
7.	Тема 7. Операционные стратегии маркетинга	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	собеседование, тест

2а) Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

ОБЩИЙ КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ РАБОТЫ	А (90-100%)	Работа (письменный ответ) полностью отвечает целям/задачам обучения по данному курсу
	В (82-89%)	Работа (письменный ответ) в основном отвечает целям/задачам обучения по данному курсу
	С (75-81%)	Работа (письменный ответ) отвечает отдельным целям/задачам обучения по данному курсу, однако имеет серьезные недостатки в отношении остальных целей/задач

	D (67-74%)	Работа (письменный ответ) не отвечает большинству или всем целям/задачам обучения по данному курсу
	E (60-67%)	Работа (письменный ответ) совершенно не соответствует/противоречит целям данного курса; и/или не достигла их
УСТНЫЙ ОТВЕТ	A	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ
	B	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна
	C	Удовлетворительные построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	D	Логика слабая, оригинальность отсутствует и/или материал недостаточно критически осмыслен
	E	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме
РАБОТА С НОРМАТИВНОЙ БАЗОЙ	A	Умелая организация материала; отличное знание основных нормативных документов;
	B	Материал разумно отобран; продемонстрировано знание нормативной базы
	C	Продемонстрировано знание нормативных документов, однако могут быть допущены ошибки при ответе на заданный вопрос
	D	Продемонстрировано частичное знание нормативных документов, не всегда дается верное объяснение на заданный вопрос
	E	Продемонстрировано слабое знание нормативных документов, не всегда дается верное объяснение на заданный вопрос
РАБОТА В КОМАНДЕ	A	Обоснованное и оригинальное применение теоретических идей к анализу практического опыта, фактов и проблем, способность предлагать верные решения и убеждать других членов команды
	B	Достаточное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, активное участие в выработке коллективного решения

	C	Удовлетворительное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, частичное участие в выработке коллективного решения
	D	Слабое применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, делегирование значительной части работы другим членам команды
	E	Слабое применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, нежелание работать в команде
ОБЩИЕ УМЕНИЯ	A	Проявлено абсолютно уместное и точное применение широкого спектра общих умений, предусмотренных данным курсом и заданием
	B	Проявлено владение достаточно широким спектром соответствующих умений
	C	Проявлено владение удовлетворительным спектром соответствующих умений
	D	Использованы отдельные общие умения; они применяются слабо или неадекватно
	E	Работа показывает недостаточную компетентность в области общих умений; крайне слабая работа

2б) Описание шкал оценивания

№/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Устный опрос	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Перечень вопросов для обсуждения
2.	Командное решение задач, поставленных преподавателем	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Практические ситуации по теме семинара
3.	Решение практических задач	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для	Практические ситуации по

		решения данной проблемы.	теме семинара
4.	Контрольное тестирование	Письменная работа, состоящая из тестовых заданий	Тест по темам 1-7

3) Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

1) типовые вопросы (задания)

Примерный список вопросов для подготовки к экзамену

1. Стратегия как объект менеджмента: определение понятий: стратегия, стратегическое планирование и стратегический маркетинг.
2. Этапы формирования стратегического маркетинг а.
3. Принципы стратегического маркетинг а.
4. Функции стратегического маркетинг а.
5. Процесс стратегического маркетинг а
6. Основные виды стратегий.
7. Основные типы, группы деловых стратегий предприятия.
8. Стратегия как метод достижения стратегических целей организации.
9. Стратегическое управление и современный менеджер.
10. Концепции, школы и современные подходы в стратегическом маркетинге.
11. Стратегия как план управления фирмой.
12. Стратегический маркетинг и конкурентоспособность организации.
13. Модели стратегического маркетинг а.
14. Постановка целей на всех уровнях организации.
15. Иерархические уровни стратегии.
16. Основные направления корпоративной стратегии.

17. Бизнес-стратегия и ее элементы.
18. Функциональная стратегия, этапы разработки и реализации.
19. Формирование различных подходов к процессу стратегического управления.
20. Стратегические решения: виды; критерии; модель маркетинговых стратегических решений.
21. Анализ внешней среды и его задачи.
22. Методы анализа отрасли и конкуренции.
23. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе.
24. SWOT- анализ и его задачи.
25. Конкурентные преимущества стратегических альянсов.
26. Стратегии диверсификации и их виды.
27. Матрица БКГ.
28. Управление процессом реализации стратегических изменений.
29. Корпоративная стратегия фирмы
30. Функциональная стратегия компании
31. Сущность стратегической эффективности.
32. Стратегический контроллинг и его функции

Пример тестовых заданий для проведения промежуточного контроля знаний

Вопрос 1. Стратегия маркетинга – это:

- а) устав предприятия;
- б) план и программа маркетинговой деятельности;
- в) комплекс долгосрочных базовых маркетинговых решений и принципов;
- г) маркетинговый раздел бизнес-плана.

Вопрос 2. Целью стратегического маркетинга является:

- а) отслеживание эволюции заданного рынка, выявление существующих или потенциальных рынков или их сегмента на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении;

б) уточнение миссии, определение целей развития, разработка стратегии развития компании и пр.;

в) выявление потребностей, которые компания будет удовлетворять;

г) формирование имиджа фирмы.

Вопрос 3. Распределите по шагам процесс стратегического планирования в маркетинге:

а) разработка общей стратегии;

б) определение механизма контроля;

в) проведение маркетингового исследования;

г) определение целей компании.

Вопрос 4. Стратегия специалиста относится к маркетинговой стратегии:

а) базовой;

б) конкурентной;

в) частной;

г) конкретной.

Вопрос 5. Новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики – это диверсификация:

а) концентрическая;

б) горизонтальная;

в) конгломератная;

г) латеральная.

Вопрос 6. Стратегия отступления в матрице БКГ соответствует позиции:

а) «звезды»;

б) «собаки»;

в) «трудного ребенка»;

г) «дойной коровы».

Вопрос 7. Стратегии диверсификации в матрице «Товары / рынки» соответствует комбинация условий:

- а) старый товар на старом рынке;
- б) новый товар на старом рынке;
- в) старый товар на новом рынке;
- г) новый товар на новом рынке.

Вопрос 8. Задачами операционного маркетинга являются:

- а) определение целей развития;
- б) разработка стратегии развития;
- в) детализация стратегии;
- г) реализация стратегии.

Вопрос 9. Сегментация рынка – это:

- а) группировка предприятий сферы производства по их размеру;
- б) выделение квоты покупок на международном рынке;
- в) процесс разделения рынка на группы потребителей по заранее определенным признакам;
- г) группировка продавцов по заранее определенным критериям.

Вопрос 10. Условием эффективности сегментации является:

- а) существенный размер предприятия;
- б) измеримость сегмента, его доступность и выгодность;
- в) применение статистических методов группировки;
- г) применение маркетинговых исследований при разработке стратегии.

критерии оценивания компетенций (результатов)

Вид работы	Оценка/Процент	Описание критериев оценки
Промежуточный контроль	A (90-100%)	Правильно решены все предъявленные задания, даны необходимые теоретические комментарии.
	B (82-89%)	Все предъявленные задания решены в целом верно, но имеются отдельные недочеты.
	C (75-81%)	Ошибочное решение (или его отсутствие) дано в 20–25% заданий.
	D (67-74%)	Ошибочное решение (или его отсутствие) дано в 25–30% заданий.
	E (60-66%)	Ошибочное решение (или его отсутствие) дано в 30–40% заданий.

	F (менее 60%)	Ошибочное решение (или его отсутствие) дано в более чем 40% заданий.
Ответ на устном экзамене	A (90-100%)	Ответ полный, правильно структурирован, опирается на рекомендованные для подготовки источники, в том числе, на дополнительную литературу.
	B (82-89%)	Ответ в целом верный, имеет отдельные недочеты и нарушения в логике изложения материала.
	C (75-81%)	Ответ в целом верный, однако, имеет фрагментарный характер и отдельные недочеты и нарушения в логике изложения материала.
	D (67-74%)	Ответ не полный, студент не вполне владеет принятой в рамках дисциплины терминологией.
	E (60-66%)	Ответ не полный, студент слабо владеет принятой в рамках дисциплины терминологией.
	F (менее 60%)	Ответ не логичный, фрагментарный, студент не демонстрирует знания принятых терминов и категорий.

2) описание шкалы оценивания

Критерии оценки:

- «отлично» с рейтинговой оценкой «отлично» выставляется студенту, если сумма баллов за два ответа составляет 90% и более;
- «хорошо» с рейтинговой оценкой «хорошо» выставляется студенту, если сумма баллов за два ответа от 75% до 89%;
- «удовлетворительно» с рейтинговой оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту, если сумма баллов за два ответа от 60% до 74%;
- «не удовлетворительно» выставляется студенту, если сумма баллов за два ответа менее 60%.

4) Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Виды работы	Знания и компетенции, проверяемые в процессе выполнения данного вида работы	Доля вида работы в итоговой оценке
Внеаудиторная самостоятельная работа № 1	Темы 1-7, компетенции ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-14	от 0% до 70%
Работа на семинаре	Ответы на вопросы преподавателя по теме семинара, выполнение домашних заданий, основанных на лекционном	от 0% до 30%

	материале.	
Итог (экзамен)	Итоговым результатом по курсу считается оценка, полученная студентом по результатам работы в семестре (выставляется на основании результатов контрольных работ и работы на семинарских занятиях), проставленная преподавателем в зачетной ведомости.	от 70% до 100%
Экзамен	Письменное (устное) тестирование по всему пройденному материалу для студентов, чей текущий рейтинг оценивается менее 70%.	

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Реброва Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 186 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

2. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 225 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

б) дополнительная учебная литература:

1. Данько Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 521 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

2. Звонова Е.И. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Звонова Е.И., Медушевская И.Е.- Электрон. текстовые данные.- Саратов: Вузовское образование, 2014.-274 с.-Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19285-> ЭБС «IPRbooks»

3. Любецкий В.В. Практикум по мировой экономике и международным отношениям [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Любецкий В.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26250-> ЭБС «IPRbooks»

8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)

Для повышения качества подготовки и оценки полученных знаний часть практических занятий планируется проводить в компьютерном классе с использованием компонентов Microsoft Office 2007, 2008, 2010: Word, Excel, Access, PowerPoint, Visio, 1С: Предприятие.

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, решение расчетно-графических заданий.
Контрольная работа/индивидуальные домашние задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам. Сбор статистической информации для эконометрического моделирования с привлечением интернет-ресурсов.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и выполненные домашние задания, а также на подготовленные реферативные работы.

9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется компьютерная техника, электронные издания (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций, видео- аудио- материалов (через Интернет), информационных (справочных) систем, баз данных, организовано взаимодействие с обучающимися посредством электронной по-

чты, скайп, компьютерное тестирование, подготовка проектов с использованием электронного офиса.

информационно-справочные и поисковые системы:

- 1.[http:// econ.worldbank.org](http://econ.worldbank.org) (World Development Report,World Development Indicators)
- 2.[http:// www.un.org /world economic and social survey/](http://www.un.org/world_economic_and_social_survey/)
- 3.[http:// www.imf.org/world ekonomik outlook](http://www.imf.org/world_economic_outlook)
- 4.[http:// www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
- 5.[http:// www.unctad.org](http://www.unctad.org) (World Investment Report)
- 6.<http://www.imf.org>
- 7.[http:// www. unctad. org](http://www.unctad.org)
- 8.[http:// www. un.org](http://www.un.org)(World Population Prospects)
- 9.[http://www. Ilo.org.](http://www.ilo.org) (Global Employment Trends)
- 10.[http:// www.fao.org](http://www.fao.org) (The State of Food and Agriculture)
- 11.[http://www. Sipri.org](http://www.sipri.org) (SIPRI Yearbook)
- 12.[http:// www. oecd.org](http://www.oecd.org) (OECD in Figures, OECD Factbook)
- 13.[http://www.cencus.gov](http://www.census.gov) (Statistical Abstract of the United States)
- 14.[http://europa.eu.economy_ finance/publications/european_economy/forecast/index_en.htm](http://europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/forecast/index_en.htm)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Стратегический маркетинг»

Специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном, помещения для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью и компьютерами со специализированным комплексом программного обеспечения MS Office 2010, библиотека, имеющая рабочие места для студентов, оснащенные компьютером с доступом к базам данных и сети Интернет.