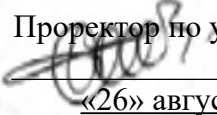




**Частное учреждение высшего образования  
«Институт государственного администрирования»**

---

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

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
 П.Н. Рузанов  
«26» августа 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

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

**Москва 2021**

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

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><b>Знать:</b> формы и принципы организации исследовательских и проектных работ в управлении коллективом.</p> <p><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> организационную структуру и систему управления предприятием и его финансами, содержание правовых и нормативных документов, регулирующих деятельность предприятия и методы ее оценки</p> <p><b>Уметь:</b> Выявлять отклонения в деятельности предприятия от принятых стандартов, разрабатывать мероприятия по изменению деятельности предприятия, уметь оценивать релевантность принятых управленческих решений.</p> <p><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> особенности функционирования экономического знания в современном обществе, духовных ценностях, их значении в жизни общества.</p> <p><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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  | <b>Знать:</b> методику сбора информации для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов<br><b>Уметь:</b> анализировать основные экономические и социально-экономические показатели, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов<br><b>Владеть:</b> 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 | <b>Знать:</b> 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;<br><b>Уметь:</b> 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;<br><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> анализировать микроэкономические проблемы в области принятия стратегических решений на микроуровне, формулировать тезисы и обоснование для аналитических материалов;</p> <p><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> методологию разработки стратегии поведения экономических агентов на рынках оценки бизнеса и недвижимости</p> <p><b>Уметь:</b> использовать методологию разработки стратегии поведения экономических агентов на рынках оценки бизнеса и недвижимости</p> <p><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> применять нормативные и правовые документы в профессиональной деятельности; использовать основные методы бухгалтерского учета и аудита.</p> <p><b>Владеть:</b> 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   | <b>Знать:</b> основные формы бухгалтерской и финансовой отчетности; основные виды аудита и правовые последствия аудиторских заключений;<br><b>Уметь:</b> анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, для достижения целей и задач аудита;<br><b>Владеть:</b> 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 | <b>Знать:</b> методы реализации проектов микроэкономического анализа и возможности их использования на практике;<br><b>Уметь:</b> анализировать проблемы микроэкономической теории и практики, использовать полученные результаты в исследовательских работах;<br><b>Владеть:</b> 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 |
| <b>Общая трудоемкость</b>   | <b>144</b>         | <b>4</b>         |
| <b>Аудиторная работа, всего:</b>  | <b>32</b>          |                  |
| Лекции  | 12                 |                  |
| Практические занятия  | 20                 |                  |
| <b>Самостоятельная работа, всего:</b>   | <b>85</b>          |                  |
| <b>в том числе:</b><br>Самоподготовка ( <i>самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю и т.д.</i> ) |                    |                  |
| Подготовка к экзамену   | 27                 |                  |
| <b>Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)</b>   | экзамен            |                  |

#### Заочная форма обучения

| Вид работы  | Трудоемкость       |                  |
|---|--------------------|------------------|
|   | Академические часы | Зачетные единицы |
| <b>Общая трудоемкость</b>   | <b>144</b>         | <b>4</b>         |
| <b>Аудиторная работа, всего:</b>  | <b>14</b>          |                  |
| Лекции  | 4                  |                  |
| Практические занятия  | 10                 |                  |
| <b>Самостоятельная работа, всего:</b>   | <b>121</b>         |                  |
| <b>в том числе:</b><br>Самоподготовка ( <i>самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к практическим занятиям, текущему контролю и т.д.</i> ) |                    |                  |
| Подготовка к экзамену   | 9                  |                  |
| <b>Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)</b>   | 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<br>Дисциплины   | Общая трудоём-<br>кость<br>(в часах) | Виды учебных занятий, вклю-<br>чая самостоятельную работу<br>обучающихся и трудоемкость<br>(в часах) |            |   | Формы те-<br>кущего<br>контроля<br>успеваемо-<br>сти   |
|---------------|---|--------------------------------------|--|------------|---|--|
|               |   |                                      | аудиторные учеб-<br>ные занятия  |            | самостоя-<br>тельная ра-<br>бота обу-<br>чающихся |  |
|               |   |                                      | всего  | лекци<br>и |   |  |
| 1.            | Тема 1. Сущность,<br>основные понятия<br>стратегического<br>маркетинга.           | 16                                   | 2  | 2          | 12  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 2.            | Тема 2. Основные<br>этапы цикла<br>стратегического<br>управления<br>организацией. | 14                                   |  | 2          | 12  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 3.            | Тема 3. Портфельный<br>анализ.  | 16                                   | 2  | 2          | 12  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 4.            | Тема 4. Базовые<br>стратегии развития.  | 18                                   | 2  | 4          | 12  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 5.            | Тема 5. Стратегии<br>роста (Матрица И.<br>Ансоффа).                               | 16                                   | 2  | 2          | 12  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 6.            | Тема 6. Конкурентные<br>стратегии.  | 18                                   | 2  | 4          | 12  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 7.            | Тема 7. Операционные<br>стратегии маркетинга                                      | 19                                   | 2  | 4          | 13  | сообщение,<br>опрос, тесты,<br>доклад, эссе,<br>задачи |
| 8.            | Подготовка к экзамену   | 27                                   |  |            |   |  |
| <b>ИТОГО:</b> |   | <b>144</b>                           | <b>12</b>  | <b>20</b>  | <b>85</b>   |  |

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

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

#### 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*

| <b>№/п</b> | <b>Наименование оценочного средства</b>              | <b>Краткая характеристика оценочного средства</b>   | <b>Представление оценочного средства в фонде</b> |
|------------|--|---|--|
| 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; пометить 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.