

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Стратегический маркетинг»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

1. Цель дисциплины:

формирование у студентов понимания сущности стратегического подхода к решению проблем функционирования фирмы, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых принципов и инструментов в принятии стратегических маркетинговых решений и стратегической рыночной политики современной фирмы.

Изучается в 8 семестре (очная форма), 7 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

формирование понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;

усвоение системного представления о роли маркетинга как управленческого процесса в решении проблем адаптации возможностей фирмы к быстроменяющимся требованиям и условиям внешнего рыночного окружения;

освоение роли и сущности стратегического подхода в маркетинге;

изучение основных стратегических принципов управленческих решений;

формирование умения использовать основные элементы маркетинговой стратегии и подходы к определению границ целевого рынка;

изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации на корпоративном, дивизиональном и продуктовом уровне.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору 8 семестра (очная форма) / 7 семестра (заочная форма), углубляющих освоение профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Маркетинг», «Операционный менеджмент», «Основы бизнеса», «Стратегический менеджмент», «Бизнес-планирование», «Теория организации и организационное поведение».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Международный менеджмент», «Международный маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов (ПКН-7).

Умение анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- место и значение стратегических решений в управлении организациями;
- состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации;
- механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка;
- логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями;
- основные методы и подходы стратегического анализа внешних возможностей развития фирмы, включая современные методы моделирования тенденций рынка;

– основы научного подхода к формированию маркетинговой стратегии и методы поиска, обобщения и использования научной информации к обоснованию маркетинговых решений;

уметь:

- применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге;
- выявлять основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды и проводить систематический аудит внутренних возможностей;
- распределять полномочия и компетенции в процессе разработки стратегических решений;
- проводить комплексный ситуационный анализ положения фирмы, а также специальные виды стратегического анализа;
- анализировать и обобщать частные факты для выявления закономерностей стратегического поведения экономических субъектов;

владеть:

- базовыми навыками анализа ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений;
- основными методами анализа внутренних резервов и возможностей фирмы с целью мобилизации ее потенциала стратегического развития и повышения конкурентоспособности;
- первоначальным опытом разработки и принятия стратегических решений и программ в группах разработчиков;
- опытом реализации методов стратегического анализа на практике для реального предприятия.

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 24 час.

Лекции 12 час.

Семинарские и практические занятия 12 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 84 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 12 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 8 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 96 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).