

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ
И.Н. Сычева

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: Б1.В.12 «Стратегический маркетинг»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.04.02
Менеджмент

Направленность (профиль, специализация): Управление логистикой (по
отраслям и сферам деятельности)

Статус дисциплины: часть, формируемая участниками образовательных
отношений

Форма обучения: очная

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	профессор	И.В. Ковалева
Согласовал	Зав. кафедрой «МЭО»	И.В. Ковалева
	руководитель направленности (профиля) программы	И.В. Ковалева

г. Барнаул

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-9	Способность координировать функциональные стратегии в логистике	ПК-9.1	Способен разрабатывать стратегию развития логистической деятельности в организации

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Управленческая экономика
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Современный стратегический анализ и проектирование стратегии развития, Таможенная логистика

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

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	12	0	12	84	37

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

Форма обучения: очная

Семестр: 3

Лекционные занятия (12ч.)

1. Предмет и методы стратегического маркетинга(2ч.)[2,3,4] Сущность стратегического маркетинга, его базовые элементы. Функции и задачи стратегического маркетинга в логистике.Сфера деятельности

стратегического маркетинга в логистике

2. Разработка стратегии развития.(2ч.)[2,3,4] Сущность стратегии логистики на предприятия. Типы логистических стратегий развития бизнеса. Выбор логистической стратегии фирмы.

3. Внешний и внутренний анализ в ходе стратегического управления рынком организации.(2ч.)[2,3,4] Внешний анализ и его составляющие. Анализ непосредственного окружения. Анализ среды. Методы анализа среды. Внутренний анализ и его элементы

4. Анализ привлекательности рынка(2ч.)[2,3,4] Основные направления анализа рынка. Оценка тенденций развития рынка. Анализ прибыльности рынка

5. Анализ конкурентоспособности фирмы(4ч.)[2,3,4] Методы оценки конкурентоспособности организации. Определение коэффициента конкурентоспособности в состоянии статики. Устойчивые конкурентные преимущества. Стратегии создания конкурентных преимуществ.

Практические занятия (12ч.)

1. Предмет и методы стратегического маркетинга. {работа в малых группах} (2ч.)[1,2,3,4,5] 1. Сущность стратегического маркетинга, его базовые элементы

2. Функции и задачи стратегического маркетинга в логистике

3. Сфера деятельности стратегического маркетинга в логистике

Рефераты

2. Разработка стратегии развития {работа в малых группах} (2ч.)[1,2,3,4,5] 1.

Сущность стратегии логистики на предприятия

2. Типы логистических стратегий развития бизнеса

3. Выбор логистической стратегии фирмы

Рефераты

3. Внешний и внутренний анализ в ходе стратегического управления рынком организации {работа в малых группах} (2ч.)[1,2,3,4,5] 1. Внешний анализ и его составляющие

2. Анализ непосредственного окружения

3. Анализ среды

4. Методы анализа среды

5. Внутренний анализ и его элементы

Рефераты

4. Анализ привлекательности рынка {работа в малых группах} (2ч.)[1,2,3,4,5] 1. Основные направления анализа рынка. Оценка тенденций развития рынка

2. Анализ прибыльности рынка

5. Анализ конкурентоспособности фирмы {работа в малых группах}

(4ч.)[1,2,3,4,5] 1. Методы оценки конкурентоспособности организации

2. Определение коэффициента конкурентоспособности в состоянии статики

3. Устойчивые конкурентные преимущества

4. Стратегии создания конкурентных преимуществ Рефераты.

Самостоятельная работа (84ч.)

1. Подготовка рефератов по теме «Теоретические основы СМ»(20ч.)[1,2,3,4,5]
2. Подготовка к дискуссионным вопросам по теме « Внешний и внутренний анализ в ходе стратегического управления рынком организации »(35ч.)[1,2,3,4,5]
3. Подготовка к тестированию по теме Разработка стратегии развития. Подготовка по теме «Анализ привлекательности рынка.(21ч.)[1,2,3,4,5]
4. Подготовка к зачету(8ч.)[1,2,3,4,5] Зачет

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

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Маркетинг : учебно-методическое пособие для самостоятельной работы студентов / составитель И.В. Ковалева . - Барнаул: Изд-во АлтГТУ , 2021. - 576 с. - Электронный ресурс. - URL: http://elib.altstu.ru/eum/download/meo/Kovaleva_Mark_ump.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

2. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 134 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684333>

3. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 550 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283>

6.2. Дополнительная литература

4. Лужнова, Н. В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева ; Оренбургский государственный

университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2017. – 289 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

5. Энциклопедия маркетинга [электронный ресурс] / Информационно-аналитический портал по маркетингу. Режим доступа: <http://marketing.spb.ru>

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	LibreOffice
2	Windows
3	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
помещения для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».