


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета ИЭиБ
 от «22» июня 2023 г., протокол № 09 / 261
 Председатель  И.Б.Романова
 «22» июня 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Стратегический маркетинг
Факультет	управления
Кафедра:	управления
Курс	1

Направление 38.04.02 «Менеджмент»
 Профиль «Стратегический менеджмент и маркетинг»
 (квалификация (степень) «магистр»)


Форма обучения очная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: «01» сентября 2023г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 2024г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	Управления (КУ)	доцент, к.э.н.

СОГЛАСОВАНО	
Заведующий кафедрой управления	
	/Иванова Т.Ю./
Подпись	ФИО
«18» мая 2023г.	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения факультативной дисциплины «Стратегический маркетинг» - это формирование знаний и развитие компетенций в области современной теории стратегического маркетинга и формирование навыков ее практического использования у обучающихся по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент.

Задачи освоения факультативной дисциплины:

- ❖ познакомить обучающихся с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории стратегического маркетинга;
- ❖ охарактеризовать инструменты стратегического маркетинга;
- ❖ показать методические приемы стратегического маркетинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Стратегический маркетинг» является факультативной дисциплиной Учебного плана по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент по профилю «Стратегический менеджмент и маркетинг» и имеет код ФТД.01.

До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующих дисциплин (практик), с формированием соответствующих компетенций (или их части): Стратегическое планирование маркетинговой деятельности, Теория организации и организационное поведение.


Дисциплина «Стратегический маркетинг» изучается в одном семестре с дисциплинами, практиками, направленными на формирование соответствующих компетенций (или их части): Методы преподавания управленческих дисциплин, Проектная деятельность.

Дисциплина «Стратегический маркетинг» предшествует изучению дисциплин, прохождению видов практики и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): Современный стратегический анализ, Управление конкурентоспособностью, Документообеспечение управленческой и маркетинговой деятельности, Статистические методы в маркетинге, Практика по профилю профессиональной деятельности, Бизнес-курс "Корпорация+", Экономика торговли, Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-1 Способен осуществлять стратегическое управление процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности	ИД-1 _{ПК-1} Знать технологии осуществления стратегического управления процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности ИД-2 _{ПК-1} Уметь применять технологии осуществления стратегического управления процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности ИД-3 _{ПК-1} Владеть технологиями осуществления стратегического управления процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 з.е. (72 часа)

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)		
	всего по плану	в том числе по семестрам	
		1	2
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	28	-	28
Аудиторные занятия, в том числе:	28	-	28
лекции	14	-	14
семинары и практические занятия	14	-	14
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	44	-	44
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения	-	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
Курсовая работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	-	зачет
Всего часов по дисциплине	72	-	72

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:


Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1. Методологические основы стратегического маркетинга.	19	4	4	-	-	11	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
2. Разработка стратегии маркетинга.	19	4	4	-	-	11	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
3. Конкурентные стратегии.	19	4	4	-	-	11	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
4. Функциональные маркетинговые стратегии	15	2	2	-	-	11	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
Итого:	72	14	14	-	-	44	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы стратегического маркетинга.

История становления и развития стратегического маркетинга в РФ и за рубежом. Основные понятия стратегического маркетинга. Роль стратегического маркетинга в менеджменте организации и повышении ее конкурентоспособности.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Тема 2. Разработка стратегии маркетинга.

Сущность, характеристики стратегии маркетинга. Этапы процесса разработки стратегии маркетинга. Особенности определения целей маркетинга, проведения анализа маркетинговой среды и выбора стратегии маркетинга.

Тема 3. Конкурентные стратегии.

Подход М. Портера к сущности и видам конкурентных стратегий (стратегий охвата рынка). Характеристика стратегии лидерства по издержкам, дифференциации и концентрации. Подход Ф. Котлера к сущности и видам конкурентных стратегий (поведенческих маркетинговых стратегий). Характеристика атакующей и оборонительной маркетинговой стратегии.

Тема 4. Функциональные маркетинговые стратегии.

Сущность функциональных маркетинговых стратегий. Содержание, виды и характеристики товарных стратегий организации. Сущность, типология и характеристики ценовых стратегий организации. Содержание, виды и характеристики сбытовых стратегий организации. Сущность, типология и характеристики коммуникационных стратегий организации. Взаимосвязь функциональных маркетинговых стратегий.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 14 часов (по очной форме обучения).

Тема 1. Методологические основы стратегического маркетинга.

Форма проведения семинарского занятия - научная дискуссия о сущности стратегического маркетинга.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какова сущность стратегического маркетинга?
2. Охарактеризуйте значение стратегического маркетинга?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Каковы цели, задачи, принципы и основные функции стратегического маркетинга?
4. Каковы основные понятия стратегического маркетинга?
5. Каковы особенности становления стратегического маркетинга в России? В чем состоят сходства и различия истории развития стратегического маркетинга в России и за рубежом?

Тема 2. Разработка стратегии маркетинга.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каково содержание, основные этапы разработки стратегии маркетинга?
2. Охарактеризуйте этапы разработки стратегии маркетинга.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем заключается сущность стратегии маркетинга?
4. Каковы методические особенности разработки стратегии маркетинга?

Тема 3. Конкурентные стратегии.


Форма проведения семинарского занятия – деловая игра.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Раскройте сущность конкурентной стратегии.
2. Каковы виды конкурентных стратегий по подходу Ф. Котлера? В чем их особенности?
3. Каковы виды конкурентных стратегий М. Портера? В чем их особенности?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

4. Дайте характеристику конкурентным преимуществам, лежащим в основе конкурентных стратегий организации согласно подходу М. Портера.
5. Каковы особенности поведения в конкурентной борьбе лидера на рынке, претендента на

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

лидерство, последователя и аутсайдера?

Тема 4. Функциональные маркетинговые стратегии.

Форма проведения семинарского занятия – ролевая игра.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Раскройте содержание функциональной маркетинговой стратегии.
2. В чем состоят особенности товарных стратегий организации?
3. Каковы ценовые стратегии организации и их характеристики?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

4. Каковы сбытовые стратегии организации и их особенности?
5. В чем заключается сущность коммуникационных стратегий организации?

7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

8.1. Тематика рефератов по дисциплине

Данный вид работ по факультативной дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.2. Тематика контрольных работ


Данный вид работы по факультативной дисциплине не предусмотрен учебным планом.

8.3. Тематика курсовых работ по дисциплине.

Данный вид работы по факультативной дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ


1. История становления и развития стратегического маркетинга в РФ и за рубежом. Основные понятия стратегического маркетинга.
2. Роль стратегического маркетинга в менеджменте организации и повышении ее конкурентоспособности.
3. Сущность, характеристики стратегии маркетинга.
4. Этапы процесса разработки стратегии маркетинга.
5. Особенности определения целей маркетинга.
6. Специфика проведения анализа маркетинговой среды при разработке стратегии маркетинга.
7. Особенности выбора стратегии маркетинга.
8. Подход М. Портера к сущности и видам конкурентных стратегий (стратегий охвата рынка).
9. Характеристика стратегии лидерства по издержкам, дифференциации и концентрации.
10. Подход Ф.Котлера к сущности и видам конкурентных стратегий (поведенческих маркетинговых стратегий).
11. Характеристика атакующей и оборонительной маркетинговой стратегии.
12. Сущность функциональных маркетинговых стратегий.
13. Содержание, виды и характеристики товарных стратегий организации.
14. Сущность, типология и характеристики ценовых стратегий организации.
15. Содержание, виды и характеристики сбытовых стратегий организации.
16. Сущность, типология и характеристики коммуникационных стратегий организации.
17. Взаимосвязь функциональных маркетинговых стратегий.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.Методологические основы стратегического маркетинга.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	11	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
2.Разработка стратегии маркетинга.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	11	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
3.Конкурентные стратегии.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	11	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
4.Функциональные маркетинговые стратегии	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	11	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513383>
2. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>

Дополнительная литература

1. Овсянников, А. А. Стратегический и операционный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533633>
2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17729-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533630>
3. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512356>

Учебно-методическая литература


1. Белокопытова Н. Г. Методические указания по факультативной дисциплине «Стратегический маркетинг» по организации самостоятельной работы обучающихся по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент по всем формам обучения : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова ; УлГУ, Ин-т экономики и бизнеса. - 2023. - Неопубликованный ресурс. - URL:<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/15382>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный

Согласовано:

Главный библиотекарь
отдела обслуживания ИЭиБ
научной библиотеки УлГУ  / Голосова М.Н. / « 01 » 06 2023г.

б) Программное обеспечение

- 1.«1С: Предприятие 8»;
- 2.Statistica Academic for Windows\$
- 3.Комплект ПО «Универсал»
- 4.Windows;Office\$
- 5.МойОфис Стандартный;
- 6.Антиплагиат.ВУЗ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

Разработчик программы дисциплины:

к.э.н., доцент кафедры



Белокопытова Н.Г.