

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 2023 г.

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.

Форма А Страница 1 из 9



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

Форма А Страница 2 из 9

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):

Dun nachara nachara	Количество часов (форма обучения - очная)			
Вид учебной работы	всего по плану	в том числе по семестрам		
		1	2	
Контактная работа обучающихся с	28	_	28	
преподавателем в соответствии с УП	28		28	
Аудиторные занятия,	28	_	28	
в том числе:	20		28	
лекции	14	-	14	
семинары и практические	14	_	14	
занятия	14		14	
лабораторные работы,	_	_	_	
практикумы	_		_	
Самостоятельная работа студента	44	-	44	
Форма текущего контроля знаний и	Тестирование	-	Тестирование	
контроля самостоятельной работы:	Задачи (задания)		Задачи (задания)	
	Вопросы для		Вопросы для	
	обсуждения		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	Всего		Виды учебных занятий				Форма
разделов и тем		Аудиторные занятия			Заня		текущего
-		Лекции	Практиче-	Лаборатор-	тия в	Самосто-	контроля
			ские занятия,	ные работы,	интер	ятель	знаний
			семинары	практикумы	актив	ная работа	
					ной		
					форме		
1.Методологические	19	4	4	-	-	11	Тестирование
основы							Задачи
стратегического							(задания)
маркетинга.							Вопросы для
2 D	19	4	4			11	обсуждения
2.Разработка	19	4	4	-	-	11	Тестирование Задачи
стратегии маркетинга.							(задания)
							Вопросы для
							обсуждения
3.Конкурентные	19	4	4	-	-	11	Тестирование
стратегии.							Задачи
•							(задания)
							Вопросы для
		_	_				обсуждения
4. Функциональные	15	2	2	-	-	11	Тестирование
маркетинговые							Задачи
стратегии							(задания) Вопросы для
							обсуждения
Итого:	72	14	14	_	_	44	осејждения

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы стратегического маркетинга.

История становления и развития стратегического маркетинга в $P\Phi$ и за рубежом. Основные понятия стратегического маркетинга. Роль стратегического маркетинга в менеджменте организации и повышении ее конкурентоспособности.

Форма А Страница 3 из 9

Форма



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

Форма А Страница 4 из 9

Форма



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 разрабокте 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.

Форма А Страница 5 из 9



10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

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

Форма А Страница 6 из 9



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 обученияя : учебнометодическое 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./ « Of » 06 202

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

Форма А Страница 7 из 9

Форма



Ф - Рабочая программа дисциплины

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». Саратов, [2023]. URL: http://www.iprbookshop.ru. Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. Текст : электронный.
- 1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». Москва, [2023]. URL: https://urait.ru. Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. Текст : электронный.
- 1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». Москва, [2023]. URL: https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x. Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. Текст : электронный.
- 1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». Санкт-Петербург, [2023]. URL: https://e.lanbook.com. Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. Текст : электронный.
- 1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». Москва, [2023]. URL: http://znanium.com . Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. Текст : электронный.
- **2.** КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» Электрон. дан. Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

- 3.1. eLIBRARY.RŪ: научная электронная библиотека: сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». Москва, [2023]. URL: http://elibrary.ru. Режим доступа: для авториз. пользователей. Текст: электронный
- 3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». Москва, [2023]. URL: https://id2.action-media.ru/Personal/Products. Режим доступа : для авториз. пользователей. Текст : электронный.
- 4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. Москва, [2023]. URL: https://нэб.рф. Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. Текст : электронный.
- **5.** Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». URL: http://www.edu.ru. Текст : электронный.
- **6.** Электронная библиотечная система УлГУ: модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». URL: http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web. Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. Текст: электронный.

СОГЛАСОВАНО:		- /	1
Lunerel begynnin	Uppenuo 10B 1	h Ceul	1 01.06.2023
Должность сотрудника УИТиТ	OND PHO	подпись	дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением

Форма А Страница 8 из 9

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		The state of the s

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 оснащенности образовательного процесса, размещенными 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.

Форма А Страница 9 из 9