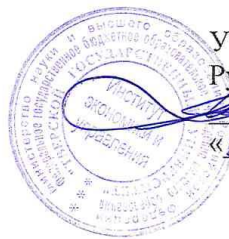


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad111755f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:
Руководитель ООП
Беденко Н.Н.
« 02 » 03 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Стратегический менеджмент

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: Старшинова Т.А., к.э.н., доцент

Тверь, 2021

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является: теоретико-практическая подготовка обучающихся в области стратегического управления маркетингом различных видов юридических лиц, позволяющая решать и обосновывать профессиональные задачи, направленные на совершенствование организационно-управленческой, финансовой и предпринимательской деятельности, используя методы и инструменты стратегического маркетинга.

Задачами освоения дисциплины являются:

- предоставление теоретических и методологических знаний в области стратегического маркетинга организации;
- приобретение навыков применения полученных знаний в практической деятельности организации;
- приобретение навыков по стратегическому анализу маркетинговой деятельности организации на основе использования методологии и инструментов стратегического анализа, а также по оценке влияния внутренних и внешних факторов на экономику организации;
- развитие у обучающихся способностей, связанных с принятием стратегических управленческих решений, разработкой мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности организации в условиях рынка с учетом отраслевых особенностей и передового опыта других организаций на основе принципов и методов стратегического маркетинга;
- формирование у обучающихся навыков стратегического анализа и принятия стратегических решений как условия эффективного маркетинга организации.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг».

В логическом и содержательно-методическом контексте дисциплина «Стратегический маркетинг» взаимосвязана с другими частями образовательной программы, в частности с дисциплинами: Теория организации, Организационное поведение, Теория и практика управления и др.

Освоение дисциплины «Стратегический маркетинг» является предшествующим для проведения всех типов производственной практики, предусмотренных учебным планом, а также для изучения дисциплин: Управление изменениями, Бизнес-планирование, Финансовый менеджмент и др.

3. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 28 часа, практические занятия 28 часа, в т.ч. практическая подготовка 4 часа;

самостоятельная работа: 97 часов, контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 - Способен руководить отделом маркетинга, маркетинговой деятельностью в организации	ПК-1.1 — Разрабатывает тактические и оперативные планы работы отдела маркетинга, а также направления маркетинговой деятельности или маркетинговую стратегию в соответствии со стратегическими целями организации
ПК-4 – Способен выявлять новые рыночные возможности, принимать участие в разработке и реализации бизнес-плана создания и развития направлений маркетинговой деятельности и продуктов	ПК-4.1 — Анализирует рынок, выявляет и идентифицирует новые рыночные возможности

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:

- по очной форме обучения – экзамен, 6 семестр;

6. Язык преподавания русский.