

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг
Факультет	экономический
Кафедра	менеджмента и теории экономики
Курс	2

Направление (специальность) **38.03.02 Менеджмент**
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) **Стратегическое планирование и маркетинг**
полное наименование

Форма обучения **очная**
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	МиТЭ	К.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой менеджмента и теории экономики
 / Иванова Т.Ю./ <i>Подпись</i> <i>ФИО</i> «14» _____ июня _____ 2024 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения дисциплины «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг» – формирование у студентов бакалавриата, обучающихся по направлению «Менеджмент», знаний теории стратегического маркетинга и первоначальных навыков ее практического использования. Изменчивость и нестабильность внешней среды обуславливает необходимость использования в бизнес-практике современных приемов и методов разработки стратегии организации для выполнения ее миссии. В этой связи возникает потребность изучения бакалаврами по направлению «Менеджмент» основ теории и практики стратегического маркетинга.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать у студентов представление о сущности стратегии организации и содержании этапов процесса стратегического маркетинга;
- обучить бакалавров направления «Менеджмент» технологиям целеполагания в организации, анализа внешней среды и управленческого обследования;
- дать представление студентам о подходах к управлению реализацией стратегии и приемах выбора стратегических решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг» (Б1.О.18) является обязательной частью ОПОП по направлению подготовки Экономическая безопасность, профиль «Стратегическое планирование и маркетинг».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач и формированию необходимой компетенции: ОПКу-1.

До изучения дисциплины необходимо освоить дисциплину «Введение в специальности научно-образовательного кластера».

Изучение дисциплины предшествует подготовке к сдаче и сдаче 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:

<p>ОПКу-1</p> <p>Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в профессиональной сфере</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - потенциал для самореализации в профессиональной сфере, свои сильные и слабые стороны; - внутренние и внешние факторы, повышающие и снижающие эффективность саморазвития в профессиональной сфере. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать свои возможности и способности на основе полученных знаний; - соотносить свои силы и возможности со сложностью решаемых задач; - самостоятельно определять стратегию профессионального саморазвития. <p>Владеть:</p>
---	--

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

	<ul style="list-style-type: none"> - умением самостоятельно выбирать подходящие методы и средства для преодоления возникающих лично-профессиональных барьеров в профессиональной деятельности; - умением актуализировать накопленные знания, умения и использовать их в процессе реализации своих профессиональных функций.
--	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 4 ЗЕТ

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	
		3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32		32
Аудиторные занятия, в том числе:	32	-	32
лекции	16	-	16
семинары и практические занятия	16	-	16
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	40	-	49
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Тестирование, опрос	-	Тестирование, опрос
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. Предмет, цели, задачи и содержание курса.	6	1	1	-	-	4	Тестирование, опрос
2. Методологические основы стратегического маркетинга.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, опрос
3. Целеполагание в организации.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, опрос
4. Анализ внешней среды организации.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, опрос
5. Управленческое обследование организации.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, опрос
6. Комбинирован-	8	2	2	-	-	4	Тестирован

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

ные методы анализа внутренней и внешней среды организации.							ие, опрос
7. Стратегические альтернативы.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, опрос
8. Выбор стратегии организации.	6	1	1	-	-	4	Тестирование, опрос
9. Управление стратегическими изменениями в организации.	6	1	1	-	-	4	Тестирование, опрос
10. Реализация стратегического плана, его оценка и контроль.	6	1	1	-	-	4	Тестирование, опрос
Итого:	72	16	16	-	-	40	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса.

Содержание дисциплины, ее цели и задачи. Предмет и методы стратегического маркетинга. Объекты стратегического маркетинга. Связь стратегического маркетинга с другими дисциплинами. Роль и место знаний по дисциплине «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг» в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент».

Тема 2. Методологические основы стратегического маркетинга.

Предпосылки возникновения стратегического маркетинга. Эволюция систем управления.

Научные школы стратегического маркетинга.. Сущность и процесс стратегического маркетинга.. Стратегическое и оперативное управление: сходства и различия, взаимосвязь, объекты концентрации управленческого внимания, критерии эффективности управления. Этапы развития стратегического подхода к управлению организацией.

Стратегическое планирование и стратегическое управление.

Основные понятия стратегического менеджмента, их содержание и взаимосвязь. Типология «П-определений» сущности стратегии организации, предложенная Г. Минцбергом.

Тема 3. Целеполагание в организации.

Цели организации: понятие, классификация по различным признакам. Требования, предъявляемые к целям. «Дерево целей».

Миссия организации: понятие, значение для деятельности организации, требования к формулировке. Формы представления миссии фирмы (лозунг, абзац, документ «Философия бизнеса»).

Процесс управления организацией по целям. Этапы целевого управления. Способы установления обратной связи с подчиненными при постановке целей. Концепция системы сбалансированных показателей.

Тема 4. Анализ внешней среды организации.

Понятие внешней среды организации, ее структура, взаимосвязь ее элементов, сложность, подвижность, неопределенность внешней среды. Концепции взаимоотношений фирмы с внешней средой.

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

Макро- и микросреда как две части внешней среды фирмы. Факторы макросреды (политические, научно-технические, экономические, демографические, природные и культурные), общероссийские и мировые тенденции их изменений. Элементы микросреды предприятия (конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудитории).

Модель пяти конкурентных сил, предложенная М.Портером. Способы уменьшения влияния на организацию со стороны конкурентных сил.

Методы анализа внешней среды. PEST-анализ (политических, экономических, социальных и политических факторов), ESFAS-анализ.

Отрасль как стратегическое окружение фирмы. Структура отрасли. Основные характеристики отрасли. Особенности отраслевого и конкурентного анализа.

Содержание и роль маркетинговых исследований при анализе внешнего окружения организации.

Тема 5. Управленческое обследование организации.

Сущность, цели и принципы управленческого обследования фирмы.

Элементы внутренней среды предприятия (технология, персонал, ресурсы, научно-исследовательские опытно-конструкторские работы, финансы, маркетинг, стратегические единицы бизнеса и др.). Параметры оценки элементов внутренней среды организации.

Модель «7С» (стратегия, суммированные навыки персонала, совместные ценности, структура, системы, сотрудники, стиль) как способ анализ внутренней среды фирмы.

Сущность и виды конкурентных преимуществ организации. Трудно имитируемые конкурентные преимущества. Процесс формирования, развития и удержания конкурентных преимуществ. Отличительные компетенции фирмы и их роль в стратегии фирмы. Методы выявления сильных и слабых сторон организации.

Тема 6. Комбинированные методы анализа внутренней и внешней среды организации.

Комбинированные методы проведения анализа сильных и слабых сторон внутренней среды организации, возможностей и угроз со стороны внешней среды. SWOT-анализ: матрица возможностей, матрица угроз. Сущность и характеристики СБЕ. Портфельный анализ (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ и др.).

Тема 7. Стратегические альтернативы.

Стратегии сокращения и поддержания деятельности организации. Стратегии интенсивного, интеграционного и диверсифицированного роста фирмы. Матрица И.Ансоффа «развития товара/рынка». Горизонтальная и вертикальная интеграция. Стратегии концентрической, горизонтальной, конгломератной диверсификации. Виды конкурентных стратегий организации (подход М.Портера, подход ф.Котлера).

Тема 8. Выбор стратегии организации.

Особенности процесса принятия оптимального стратегического решения. Методы разработки стратегических альтернатив: метод «мозгового штурма», математическое моделирование и др. Внешние и внутренние факторы выбора стратегии. Критерии выбора оптимальной стратегии фирмы. Методы выбора оптимальной стратегии. Три уровня принятия стратегических решений: корпоративный, уровень бизнес-единиц, функциональный. Комплексные варианты стратегий. Прогнозная оценка результатов от реализации стратегии.

Тема 9. Управление стратегическими изменениями в организации.

Стратегические изменения: их содержание, виды, необходимость и значимость. Соппротивление изменениям. Стратегии управления организационными изменениями.

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

Стили проведения изменений. Особенности целеполагания при организационных изменениях. Организационная структура как объект стратегических изменений. Организационная культура как объект стратегических изменений.

Тема 10. Реализация стратегического плана, его контроль и оценка

Задачи стадии выполнения стратегии. Функции высшего руководства при реализации стратегии. Контроль и оценка реализации стратегического плана. Взаимосвязь контроля и планирования в стратегическом менеджменте. Задачи контроля стратегических планов. Стратегический и оперативный контроль. Количественные и качественные критерии оценки стратегии. Этапы реализации стратегического плана. Управление по отклонениям. Оценка реализации стратегических планов. Стратегическая программа предприятия.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какова роль дисциплины при подготовке менеджеров в РФ?
2. Знания и методы из каких учебных дисциплин могут быть использованы при применении технологий стратегического маркетинга?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. В чем состоят различие и взаимосвязь теории маркетинга и теории стратегического маркетинга?
2. Каковы основные направления и тенденции совершенствования технологий стратегического маркетинга на современном этапе развития экономической науки?

Тема 2. Методологические основы стратегического маркетинга..

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Раскройте содержание понятия «стратегический маркетинг».
2. В чем основные отличия стратегического маркетинга и оперативного управления? Какова взаимосвязь данных понятийных категорий?
3. Выделите основные характеристики стратегического маркетинга.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

4. Дайте характеристику основным этапам процесса стратегического маркетинга. Все ли теоретики едины в подходе к последовательности этапов стратегического маркетинга.?
5. Выделите основные подходы к сущности понятия «стратегия». В чем их основные отличия, сходства и взаимосвязь?

Тема 3. Целеполагание в организации.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В каких формах может быть представлена миссия фирмы?
2. Могут ли быть негативные последствия наличия у фирмы четко сформулированной миссии?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Что такое «цель деятельности фирмы» и «дерево целей»?
2. Какие требования предъявляются к формулировке целей?
3. Раскройте содержание понятия «стратегическое видение».

Тема 4. Анализ внешней среды организации.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

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

1. Какие факторы внешнего окружения фирмы характеризуют макросреду и микроокружение организации?
2. Раскройте содержание понятия «отрасль».

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. В чем сходства и различия марок-конкурентов и конкурентов-товарозаменителей?
2. Приведите примеры разных видов конкурентов на рынке. Дайте им характеристику.

Тема 5. Управленческое обследование фирмы.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чем состоит сущность и значение управленческого обследования фирмы? Чем он отличается от анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия?
2. Что является объектом управленческого анализа?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Перечислите основные направления маркетинговой работы компании, которые Вы считаете должны в обязательном порядке подлежать управленческому обследованию? Обоснуйте свой ответ.
2. Одним из положений стратегического менеджмента является то, что «человеческие ресурсы – важнейший элемент стратегического потенциала организации». Исходя из данного принципа, какие аспекты деятельности службы персонала предприятия Вы считаете необходимо изучать в рамках управленческого анализа?

Тема 6. Комбинированные методы анализа внутренней и внешней среды организации.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каковы основные характеристики стратегической бизнес-единицы?
2. В чем, на Ваш взгляд, заключаются трудности проведения портфельного анализа на российских предприятиях?
3. Является ли матрица McKinsey-General Electric просто более сложным вариантом матрицы БКГ? Обоснуйте свой ответ.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Из каких этапов состоит методика SWOT-анализа?
2. В чем состоят достоинства и недостатки SWOT-анализа?
3. Какие источники информации необходимо использовать для проведения SWOT-анализа?

Тема 7. Стратегические альтернативы.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте основные типы стратегий роста фирмы.
2. Дайте характеристику стратегиям сокращения деятельности организации.
3. В чем состоит отличие корпоративной стратегии от бизнес-стратегии?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Могут ли совпадать корпоративная и бизнес-стратегия и при каких условиях?
2. В чем опасности и трудности диверсификации?
3. Как взаимосвязаны стратегия диверсификации фирмы и стратегия интеграции?

Тема 8. Выбор стратегии организации.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте основные методы выбора стратегий роста фирмы.
2. В чем состоят достоинства и недостатки метода «мозгового штурма» как способа выбора оптимальной стратегии фирмы?

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

3. В чем состоят основные сложности использования математического моделирования при разработке стратегического плана компании?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Что такое «критерии выбора оптимальной стратегии фирмы»?
2. В чем состоят различия, сходства и взаимосвязи уровней принятия стратегических решений (корпоративного, уровня СБЕ и функционального уровня)?

Тема 9. Управление стратегическими изменениями в организации.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Что такое «стратегические изменения»? Каковы их виды и значение?
2. В чем состоят особенности сопротивления изменениям?
3. Каковы основные стратегии управления организационными изменениями?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Дайте характеристику стилям проведения изменений.
2. Охарактеризуйте возможные факторы выбора оптимальной организационной структуры управления фирмой с учетом стратегии развития предприятия.
3. Может ли организационная культура являться объектом стратегических изменений? Обоснуйте свой ответ.

Тема 10. Реализация стратегического плана, его контроль и оценка

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каковы основные задачи стадии выполнения стратегии?
2. В чем заключаются функции высшего руководства при реализации стратегии?
3. Какова взаимосвязь контроля и планирования в стратегическом менеджменте?
4. В чем состоят сходства, различия и взаимосвязь стратегического и оперативного контроля?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Каковы возможные количественные и качественные критерии оценки стратегии?
2. Что такое «управление по отклонениям»?
3. В чем состоит суть «оценки реализации стратегических планов»?
4. Раскройте содержание понятия «стратегическая программа предприятия». Какова ее роль для деятельности фирмы?

7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Предпосылки возникновения стратегического маркетинга.
2. Сущность и процесс стратегического маркетинга
3. Стратегическое планирование и стратегическое управление. Функции и принципы стратегического планирования.
4. Основные понятия стратегического менеджмента, их содержание и взаимосвязь.
5. Концепция СЗХ и СБЕ. Порядок выделения СБЕ и СЗХ.
6. Цели организации: понятие, классификация по различным признакам; характеристика. Требования, предъявляемые к целям, «дерево целей».

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

7. Миссия организации. Формы представления миссии фирмы.
8. Этапы целевого управления.
9. Понятие внешней среды организации, ее структура, взаимосвязь ее элементов, сложность, подвижность, неопределенность внешней среды. Концепции взаимоотношений фирмы с внешней средой.
10. Факторы макросреды (политические, научно-технические, экономические, демографические, природные и культурные), общероссийские тенденции их изменений.
11. Элементы микросреды предприятия (конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудитории).
12. Модель пяти конкурентных сил, предложенная М.Портером.
13. Методы анализа внешней среды.
14. Содержание и роль маркетинговых исследований в анализе внешнего окружения фирмы.
15. Отрасль как стратегическое окружение фирмы. Особенности отраслевого анализа.
16. Особенности конкурентного анализа.
17. Сущность, цели и принципы управленческого обследования фирмы.
18. Элементы внутренней среды предприятия.
19. Сущность и виды конкурентных преимуществ организации.
20. Методы выявления сильных и слабых сторон организации.
21. SWOT-анализ (матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз).
22. Портфельный анализ (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ и др.).
23. Основные подходы к сущности понятия «стратегия». Типология «П-определений» стратегии, предложенная Г.Минцбергом.
24. Классификация конкурентных стратегий (подход М.Портера, подход Ф.Котлера).
25. Стратегии интенсивного, интеграционного и диверсифицированного роста фирмы.
26. Матрица И.Ансоффа «развития товара/рынка».
27. Горизонтальная и вертикальная интеграция. Роль синергетического эффекта при интеграции.
28. Виды диверсификации: сходства и различия, перспективы развития в рыночных условиях хозяйствования.
29. Методы разработки стратегических альтернатив: метод «мозгового штурма», математическое моделирование и др.
30. Методы выбора оптимальной стратегии. Три уровня принятия стратегических решений: корпоративный, уровень бизнес-единиц, функциональный.
31. Стратегические изменения: их содержание, виды, необходимость и значимость. Стратегии управления организационными изменениями.
32. Контроль и оценка реализации стратегического плана. Стратегический и оперативный контроль.

10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Предмет, цели, задачи и содержание курса	Проработка учебного материала, устные и письменные ответы на вопросы на закрепление знаний, написание эссе по теме	4	Проверка эссе и ответов на вопросы
2.	Проработка учебного материала,	4	Проверка ответов на

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф - Рабочая программа дисциплины				
Методологические основы стратегического маркетинга	устные и письменные ответы на вопросы на закрепление знаний; выполнение тестовых заданий на знание основных определений и концепций, анализ и конспектирование научно-учебной литературы по теме, проведение сравнительного анализа разных концептуальных подходов в табличной форме		тестовые задания, анализ конспекта и таблицы сравнительного анализа концептуальных подходов	
3. Целеполагание в организации	Проработка учебного материала, ответы на вопросы на закрепление знаний, выполнение заданий на корректировку целей и миссий организаций	4	Проверка выполнения заданий, анализ ответов на вопросы	
4. Анализ внешней среды организации	Проработка учебного материала, проведение маркетинговых исследований по теме; таблично-аналитические задания по отраслевому и конкурентному анализу	4	Проверка «отчета о маркетинговом исследовании», проверка результатов конкурентного/отраслевого анализа	
5. Управленческое обследование организации	Проработка учебного материала, решение задач по факторному анализу; решение кейс-задач по диагностике внутренней среды организации	4	Проверка решений задач, кейсов по теме	
6. Комбинированные методы анализа внутренней и внешней среды организации	Проработка учебного материала, решение задач по портфельному анализу, проведение SWOT-анализа в табличной форме	4	Проверка результатов портфельного анализа и SWOT-анализа	
7. Стратегические альтернативы	Проработка учебного материала, тестовые задания по типологии стратегий, решение кейс-ситуаций	4	Проверка тестовых заданий и решений кейсов	
8. Выбор стратегии организации	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; решение кейс-заданий по выбору стратегии развития компании	4	Проверка решения кейс-заданий	
9. Управление стратегическими изменениями в организации	Проработка учебного материала, решение кейс-заданий управлению изменениями в организации, анализ и конспектирование научно-учебной литературы по теме	4	Проверка решений кейсов, анализ тематического конспекта	
10. Реализация стратегического плана, его оценка и контроль	Проработка учебного материала, решение задач на оценку эффективности реализации стратегии организации	4	Проверка решений задач по теме	

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

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538139>
2. Стратегический маркетинг : Учебник и практикум для вузов / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус, Ю.В. Ермаков [и др.] ; Пашкус Н. А. [и др.]. - Москва : Юрайт, 2022. - 225 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490124>

б) дополнительная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535995>
2. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537325>
3. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1850664>

в) учебно-методическая литература:

1. Качагина О. В. Методические указания по дисциплине «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг» по организации самостоятельной работы обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент по всем формам обучения: учебно-методическое пособие / Ульян. гос. ун-т, Ин-т экономики и бизнеса. - 2022. - 28 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/14422>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 20.05.2024 г.
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

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

б) Программное обеспечение –

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

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, [2024]. – 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, [2024]. - 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, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - 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, [2024].

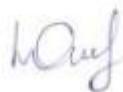
3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – 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.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

20.05.2024

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду 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.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик  доцент Белокопытова Н.Г.