


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	<i>Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг</i>
Факультет	Управления
Кафедра	Управления
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 2023 г.

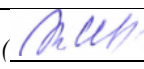
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №_10_ от _21.05_ 2024 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №_1_ от _30.08_ 2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №_ ___ от ___ 20_ г.

Сведения о разработчиках:

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

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой управления
 / Иванова Т.Ю./ <i>Подпись</i> <i>ФИО</i> «07» _____ июня _____ 2023 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель дисциплины “Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг” - это формирование и развитие компетенций в области современной теории стратегического управления маркетингом в организации и навыков их практического использования у обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент.

Стратегическое планирование маркетинговой деятельности позволяет организации своевременно реагировать на изменения внешнего окружения, разрабатывать маркетинговые стратегии ведения конкурентной борьбы за потребительский спрос в сложных конъюнктурных условиях, что подчеркивает важность изучения данной дисциплины при подготовке обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент.

Задачи дисциплины:

- ❖ ознакомить обучающихся с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории стратегического планирования маркетинговой деятельности;
- ❖ рассмотреть этапы процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности;
- ❖ охарактеризовать методы разработки стратегического плана развития маркетинга на предприятии;
- ❖ ознакомить обучающихся с типологией видов стратегий маркетинга и их характеристиками;
- ❖ выявить методические приемы разработки и выбора стратегии маркетинга организации, определить способы ее реализации.

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:

ОПКу-1 Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в профессиональной сфере	Знать: - потенциал для самореализации в профессиональной сфере, свои сильные и слабые стороны; - внутренние и внешние факторы, повышающие и снижающие эффективность саморазвития в профессиональной сфере. Уметь: - оценивать свои возможности и способности на основе полученных знаний;
--	---

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

	<ul style="list-style-type: none"> - соотносить свои силы и возможности со сложностью решаемых задач; - самостоятельно определять стратегию профессионального саморазвития. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением самостоятельно выбирать подходящие методы и средства для преодоления возникающих личностно-профессиональных барьеров в профессиональной деятельности; - умением актуализировать накопленные знания, умения и использовать их в процессе реализации своих профессиональных функций.
--	--

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) 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	-	40
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

4.1. 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		
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы, практикумы			
1. Предмет, цели, задачи курса «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг».	10	2	2	-		6	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для

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

							обсуждения
2.Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.	10	2	2	-		6	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
3.Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.	10	2	2	-		6	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
4.Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.	12	2	2	-		8	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
5.Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.	10	2	2	-		6	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
6.Стратегии маркетинга и их выбор.	20	6	6	-		8	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
Итого:	72	16	16	-		40	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг».

Содержание дисциплины, ее цели и задачи. Предмет и методы стратегического планирования. Связь стратегического маркетинга с другими дисциплинами. Роль и место знаний по дисциплине в подготовке обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент.

Тема 2. Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.


Предпосылки возникновения стратегического планирования маркетинговой деятельности. Сущность и процесс стратегического планирования. Содержание маркетинговой деятельности. Основные понятия стратегического планирования маркетинговой деятельности, их содержание и взаимосвязь. Сущность стратегии маркетинга организации.

Тема 3. Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.

Цели организации: понятие, классификация по различным признакам. Требования, предъявляемые к целям. «Дерево целей». Маркетинговые цели предприятия. Миссия организации: понятие, значение для маркетинговой деятельности организации, требования к формулировке. Формы представления миссии фирмы. Способы установления обратной связи с подчиненными при постановке маркетинговых целей.

Тема 4. Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.

Сущность маркетинговой среды организации. Макро- и микросреда как две части маркетинговой среды фирмы. Факторы макросреды (политические, научно-технические, экономические, демографические,

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

природные и культурные), общероссийские и мировые тенденции их изменений. Элементы микросреды предприятия (конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудитории). Содержание и роль маркетинговых исследований при анализе маркетинговой среды организации. 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. Методы выявления сильных и слабых сторон организации.

Тема 5. Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.

Портфельный анализ (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ и др.). SWOT-анализ: матрица возможностей, матрица угроз. Использование портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.

Тема 6. Стратегии маркетинга и их выбор.

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). Методы выбора оптимальной стратегии маркетинга.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг».

Форма проведения семинарского занятия – дискуссия о роли и месте знаний по дисциплине «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг» в процессе освоения программы бакалавриата 38.03.02 Менеджмент.

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 планирования маркетинговой деятельности?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. В чем состоят различие и взаимосвязь понятий «стратегия фирмы» и «стратегия маркетинга фирмы»?
2. Каковы основные направления и тенденции совершенствования технологий стратегического планирования маркетинговой деятельности на современном этапе развития экономической науки?

Тема 2. Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.

Форма проведения семинарского занятия – дискуссия о необходимости и возможностях стратегического планирования маркетинговой деятельности на российских предприятиях в современных условиях хозяйствования; деловая игра по теме семинара.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Раскройте содержание понятий «стратегическое планирование», «маркетинговая деятельность».
2. В чем основные отличия стратегии фирмы и стратегии маркетинга фирмы? Какова взаимосвязь данных понятийных категорий?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

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

Тема 3. Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по определению маркетинговых целей с разным горизонтом планирования.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:


1. В каких формах может быть представлена миссия фирмы?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. Могут ли быть негативные последствия наличия у фирмы четко сформулированной миссии?
2. Что такое «маркетинговая цель фирмы» и «дерево целей»?
3. Какие требования предъявляются к формулировке маркетинговых целей?

Тема 4. Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по оценке воздействия факторов маркетинговой среды на организацию.

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

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какие факторы маркетинговой среды фирмы характеризуют макросреду и микроокружение организации?
2. Раскройте содержание понятия «внутренняя среда фирмы».

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

1. В чем сходства и различия марок-конкурентов и конкурентов-товарозаменителей? Приведите примеры данных видов конкурентов на рынке.
2. Охарактеризуйте методы анализа внутренней среды фирмы.

Тема 5. Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.

Форма проведения семинарского занятия - деловая игра по разработке стратегии маркетинга с использованием портфельного анализа фирмы и SWOT-анализа.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чем, на Ваш взгляд, заключаются трудности проведения портфельного анализа на российских предприятиях?
2. 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 6. Стратегии маркетинга и их выбор.

Форма проведения семинарского занятия - ролевая игра по разработке вариантов стратегии маркетинга организации.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте основные типы стратегий маркетинга фирмы.
2. Дайте характеристику стратегиям интенсивного роста организации.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем состоят достоинства и недостатки метода «мозгового штурма» как способа выбора оптимальной стратегии маркетинга фирмы?
4. В чем опасности и трудности диверсификации?
5. Как взаимосвязаны стратегия диверсификации фирмы и стратегия интеграции?

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 дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.2. Тематика контрольных работ


Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.3. Тематика курсовых работ по дисциплине.

Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Предпосылки возникновения стратегического планирования маркетинговой деятельности.
2. Сущность и процесс стратегического планирования в маркетинге.
3. Основные понятия стратегического планирования маркетинговой деятельности, их содержание и взаимосвязь.
4. Цели организации: понятие, классификация по различным признакам; характеристика. Требования, предъявляемые к маркетинговым целям, «дерево целей».
5. Миссия организации. Формы представления миссии фирмы.
6. Понятие маркетинговой среды организации, ее структура, взаимосвязь ее элементов, сложность, подвижность, неопределенность внешней среды.
7. Факторы макросреды (политические, научно-технические, экономические, демографические, природные и культурные), общероссийские тенденции их изменений.
8. Элементы микросреды предприятия (конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудиторы).
9. Содержание и роль маркетинговых исследований в анализе маркетинговой среды фирмы.
10. Элементы внутренней среды предприятия.
11. Сущность и виды конкурентных преимуществ организации.


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

12. Методы выявления сильных и слабых сторон организации.
13. SWOT-анализ (матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз).
14. Портфельный анализ (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ и др.).
15. Основные подходы к сущности понятия «стратегия маркетинга».
16. Классификация конкурентных стратегий (подход М.Портера, подход Ф.Котлера).
17. Стратегии интенсивного, интеграционного и диверсифицированного роста фирмы.
18. Матрица И.Ансоффа «развития товара/рынка».
19. Горизонтальная и вертикальная интеграция.
20. Виды диверсификации: сходства и различия, перспективы развития в рыночных условиях хозяйствования.
21. Внешние и внутренние факторы выбора стратегии маркетинга. Критерии выбора оптимальной стратегии маркетинга фирмы.
22. Методы выбора оптимальной стратегии маркетинга.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.Предмет, цели, задачи курса «Предпрофессиональный электив. Стратегический маркетинг».	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	6	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
2.Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	6	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
3.Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	6	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
4.Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	8	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
5.Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке 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	6	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
6.Стратегии маркетинга и их выбор.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	8	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

а) основная литература:

1. Стратегический маркетинг : Учебник и практикум для вузов / Пашкус Н. А. [и др.]. - Москва : Юрайт, 2022. - 225 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490124>
2. Реброва Н. П. Стратегический маркетинг : Учебник и практикум для вузов / Реброва Н. П. - Москва : Юрайт, 2022. - 186 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/491324>

б) дополнительная литература:

1. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 475 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490280>
2. Розанова Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : Учебник и практикум для вузов / Розанова Н. М. - Москва : Юрайт, 2022. - 343 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490362>
3. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2023. - 383 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531483>

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. /  / 2023
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

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		

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.

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		21.05.2024
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		21.05.2024

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

Приложение 1

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		

Приложение 2

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» ЛБИС 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		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п. 2 «Место дисциплины в структуре ОПОП» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		30.08.2024

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

Приложение 1

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 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты