

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 04.07.2023 16:44:22

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины	Б1.В.03 Стратегическое маркетинговое планирование
Основная профессиональная образовательная программа	38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Стратегическое маркетинговое планирование входит в обязательную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Современные проблемы менеджмента

Последующие дисциплины по связям компетенций: Стратегии брендинга, Технологии и инструменты нейромаркетинга, Контент-маркетинг, Копирайтинг

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Стратегическое маркетинговое планирование в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-1	УК-1.1: Знать: процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	УК-1.2: Уметь: принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	УК-1.3: Владеть (иметь навыки): методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - Способен владеть методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-4	ПК-4.1: Знать: инструменты и сервисы проведения анализа	ПК-4.2: Уметь: проводить анализ эффективности	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки): методами и инструментами

	эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
--	---	---	--

ПК-5 - Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-5	ПК-5.1: Знать:	ПК-5.2: Уметь:	ПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	методы, методики и методологию проведения исследований, этапы проведения исследований и требования к разработке программы исследования	использовать общенаучные методы познания и экономической науки для решения задач исследования; использовать и разрабатывать модели анализируемых процессов исследования в соответствии с разработанной программой	навыками систематизации научного знания, методологией научного познания; навыками самостоятельного ведения научного поиска и исследования в соответствии с разработанной программой

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 2
Контактная работа, в том числе:	14.3/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	203.7/5.66
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	252
Зачетные единицы	7

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Стратегическое маркетинговое планирование представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теоретические основы стратегического маркетингового планирования	2	4				УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Практический аспект стратегического маркетингового планирования	2	4				УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Контроль	34					
	Итого	4	8	0.3	2	203.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы стратегического маркетингового планирования	лекция	Предмет стратегического маркетингового планирования. Внешний и внутренний анализ привлекательности рыночной среды Анализ конкурентоспособности фирмы и разработка конкурентных маркетинговых стратегий
2.	Практический аспект стратегического маркетингового планирования	лекция	Базовые стратегии предпринимательской деятельности и виды стратегий маркетинга Стратегии маркетингового позиционирования предприятий

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы стратегического маркетингового планирования	практическое занятие	Предмет стратегического маркетингового планирования. Внешний и внутренний анализ привлекательности рыночной среды
		практическое занятие	Анализ конкурентоспособности фирмы и разработка конкурентных маркетинговых стратегий
2.	Практический аспект стратегического маркетингового планирования	практическое занятие	Базовые стратегии предпринимательской деятельности и виды стратегий маркетинга
		практическое занятие	Стратегии маркетингового позиционирования предприятий

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы стратегического маркетингового планирования	- подготовка доклада - тестирование
2.	Практический аспект стратегического маркетингового планирования	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ