

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет управления
Менеджмента



УТВЕРЖДЕНО:

Декан, Руководитель подразделения
Кудряков В.Г.
(протокол от 17.05.2024 № 8/1)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки: Менеджмент организации

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Формы обучения: очная, заочная

Год набора: 2024

Срок получения образования: Очная форма обучения – 2 года
Заочная форма обучения – 2 года 5 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

2024

Разработчики:

Доцент, кафедра менеджмента Новиков В.С.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 №952, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 25.09.2018 № 592н; "Эксперт в сфере закупок", утвержден приказом Минтруда России от 10.09.2015 № 626н; "Специалист по процессному управлению", утвержден приказом Минтруда России от 17.04.2018 № 248н; "Специалист по управлению рисками", утвержден приказом Минтруда России от 30.08.2018 № 564н; "Статистик", утвержден приказом Минтруда России от 08.09.2015 № 605н; "Специалист в сфере закупок", утвержден приказом Минтруда России от 10.09.2015 № 625н; "Специалист по работе с инвестиционными проектами", утвержден приказом Минтруда России от 16.04.2018 № 239н; "Специалист в сфере управления проектами государственно-частного партнерства", утвержден приказом Минтруда России от 20.07.2020 № 431н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н; "Специалист по управлению интеллектуальной собственностью и трансферу технологий", утвержден приказом Минтруда России от 07.09.2020 № 577н; "Специалист по финансовому консультированию", утвержден приказом Минтруда России от 19.03.2015 № 167н; "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 04.06.2018 № 366н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1		Председатель методической комиссии/совета	Нестеренко М.А.	Согласовано	23.04.2024, № 5
2		Руководитель образовательной программы	Артемова Е.И.	Согласовано	17.05.2024, № 8/1

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» является формирование комплекса знаний в области маркетинговых исследований в рыночных условиях, проведению анализа маркетинга предприятия, осуществления маркетинговой деятельности организации с целью принятия эффективных управленческих решений, повышающих конкурентоспособность предприятия в экономической сфере.

Задачи изучения дисциплины:

- систематизация современных знаний в области теории и практики маркетинговых исследований в организации;
- формирование способности определять и формулировать стратегические цели маркетинговой деятельности организации;
- формирование навыков оценки эффективности управления инновационно-инвестиционной деятельностью организации;
- развитие навыков разработки практических рекомендаций по разработке стратегии и тактике развития организации в конкурентной бизнес-среде.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-ПЗ Способен оценивать эффективность управления инновационно-инвестиционной деятельностью организации, определять стратегию маркетинга

ПК-ПЗ.2 Формулирует стратегические цели инновационно-инвестиционной деятельности организации

Знать:

ПК-ПЗ.2/Зн1 Знает как сформулировать стратегические цели инновационно-инвестиционной деятельности организации

Уметь:

ПК-ПЗ.2/Ум1 Умеет формулировать стратегические цели инновационно-инвестиционной деятельности организации

Владеть:

ПК-ПЗ.2/Нв1 Определяет стратегические цели инновационно-инвестиционной деятельности организации

ПК-ПЗ.3 Определяет маркетинговую стратегию инновационного развития предприятия

Знать:

ПК-ПЗ.3/Зн1 знает как определять маркетинговую стратегию инновационного развития предприятия

Уметь:

ПК-ПЗ.3/Ум1 умеет разрабатывать маркетинговую стратегию инновационного развития предприятия

Владеть:

ПК-ПЗ.3/Нв1 владеет навыками разработки маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия

ПК-П4 Способен определять приоритетные направления и разрабатывать стратегию и тактику развития организации в конкурентной бизнес-среде с учетом рисков и социальной составляющей

ПК-П4.1 Владеет инструментами стратегического маркетинга и определяет приоритетные направления развития организации в конкурентной среде с учетом рисков

Знать:

ПК-П4.1/Зн1 содержание и особенности управленческих стратегий развития организации в условиях неопределенности и риска

Уметь:

ПК-П4.1/Ум1 определять приоритетные направления развития организации в конкурентной среде с учетом рисков

Владеть:

ПК-П4.1/Нв1 навыками оценки риска стратегий развития организации в конкурентной бизнессреде

ПК-П4.3 Применяет количественные и качественные методы при проведении прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

Знать:

ПК-П4.3/Зн1 Знает количественные и качественные методы прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

ПК-П4.3/Зн2 знает количественные и качественные методы проведения прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

ПК-П4.3/Зн3 методы количественной и качественной оценки риска по видам

Уметь:

ПК-П4.3/Ум1 Умеет применять количественные и качественные методы при проведении прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

ПК-П4.3/Ум2 умеет применять количественные и качественные методы при проведении прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

ПК-П4.3/Ум3 определять необходимые методы количественной оценки по видам риска при проведении прикладных исследований бизнес-процессов

Владеть:

ПК-П4.3/Нв1 Владеет количественными и качественными методами при проведении прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

ПК-П4.3/Нв2 владеет навыками применения количественных и качественных методов проведения прикладных исследований бизнес-процессов для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

ПК-П4.3/Нв3 навыками идентификации риска и его оценки для разработки мер антикризисного управления деятельностью организации

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Стратегический маркетинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах):
Очная форма обучения - 3, Заочная форма обучения - 3.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	108	3	27	1		14	12	81	Зачет
Всего	108	3	27	1		14	12	81	

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	108	3	15	1	4	4	6	93	Зачет (4) Контрольная работа
Всего	108	3	15	1	4	4	6	93	

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответственные с результатами освоения программы
Раздел 1. Теоретические основы стратегического маркетинга	56		8	8	40	ПК-ПЗ.2 ПК-ПЗ.3

Тема 1.1. Теоретико-методологические основы стратегического маркетинга	14		2	2	10	
Тема 1.2. Стратегическое маркетинговое планирование	14		2	2	10	
Тема 1.3. Маркетинговый анализ внешней и внутренней среды предприятия	14		2	2	10	
Тема 1.4. Разработка альтернативных стратегий предприятий	14		2	2	10	
Раздел 2. Практико-ориентированные подходы реализации стратегического маркетинга на предприятии	51		6	4	41	ПК-П4.1 ПК-П4.3
Тема 2.1. Стратегия продукта и управление его жизненным циклом	13		2	1	10	
Тема 2.2. Стратегия и программы ценообразования	13		2	1	10	
Тема 2.3. Стратегические аспекты управления системой товародвижения и сбыта	12		1	1	10	
Тема 2.4. Стратегия продвижения образа компании и управление маркетинговыми коммуникациями	13		1	1	11	
Раздел 3. Промежуточная аттестация	1	1				ПК-П3.2 ПК-П3.3
Тема 3.1. зачет	1	1				ПК-П4.1 ПК-П4.3
Итого	108	1	14	12	81	

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. Теоретические основы стратегического маркетинга	50		4	6	40	ПК-П3.2 ПК-П3.3
Тема 1.1. Теоретико-методологические основы стратегического маркетинга	14		2	2	10	

Тема 1.2. Стратегическое маркетинговое планирование	14		2	2	10	
Тема 1.3. Маркетинговый анализ внешней и внутренней среды предприятия	12			2	10	
Тема 1.4. Разработка альтернативных стратегий предприятий	10				10	
Раздел 2. Практико-ориентированные подходы реализации стратегического маркетинга на предприятии	53				53	ПК-П4.1 ПК-П4.3
Тема 2.1. Стратегия продукта и управление его жизненным циклом	20				20	
Тема 2.2. Стратегия и программы ценообразования	20				20	
Тема 2.3. Стратегические аспекты управления системой товародвижения и сбыта	7				7	
Тема 2.4. Стратегия продвижения образа компании и управление маркетинговыми коммуникациями	6				6	
Раздел 3. Промежуточная аттестация	1	1				ПК-П3.2 ПК-П3.3
Тема 3.1. зачет	1	1				ПК-П4.1 ПК-П4.3
Итого	104	1	4	6	93	

5. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Теоретические основы стратегического маркетинга

(Заочная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 40ч.; Очная: Лекционные занятия - 8ч.; Практические занятия - 8ч.; Самостоятельная работа - 40ч.)

Тема 1.1. Теоретико-методологические основы стратегического маркетинга

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

Сущность и значение стратегического маркетинга. Научные подходы к пониманию стратегического маркетинга. Задачи стратегического маркетинга

Тема 1.2. Стратегическое маркетинговое планирование

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

Основные концепции управления маркетингом, влияющие на выбор маркетинговых стратегий. Основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Построение карты стратегической группировки отрасли.

Тема 1.3. Маркетинговый анализ внешней и внутренней среды предприятия

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Заочная: Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

Макро-и –микро окружение предприятия. Методика проведения SWOT-анализа. Матрица «рост/доля рынка» Бостонской консультационной группы.

Тема 1.4. Разработка альтернативных стратегий предприятий

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 10ч.)

Базовые типы стратегий предприятий: стратегии роста, стабильности и сокращения. Характеристика и виды стратегий роста предприятия: стратегии концентрированного (интенсивного) роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста. Типы диверсифицированного роста: связанная диверсификация (горизонтальная, вертикальная) и несвязанная диверсификация(конгломератная). Стратегии стабильности предприятия: стратегия усиления позиции на рынке на основе лидерства в снижении издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования на определенном сегменте рынка.

Раздел 2. Практико-ориентированные подходы реализации стратегического маркетинга на предприятии

(Очная: Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 41ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 53ч.)

Тема 2.1. Стратегия продукта и управление его жизненным циклом

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 20ч.)

Товарная политика. Стратегическое управление товарным ассортиментом и товарный портфель. Концепция жизненного цикла в товарной стратегии фирмы. Торговая марка в стратегии нового товара. Понятие марочного капитала. Основные этапы создания торговой марки и формирования бренда. Стратегии брендинга.

Тема 2.2. Стратегия и программы ценообразования

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 20ч.)

Основные факторы, влияющие на цену: величина и структура издержек, чувствительность потребителей и ценовая эластичность, поведение конкурентов, государственное регулирование. Сущность ценообразования и его базовые методы. Ценообразование на основе себестоимости. Ценообразование на основе учета поведения конкурентов. Ценообразование на основе ценности продукта. Стратегии ценовой дифференциации и адаптационные стратегии. Ценовые скидки и премии. Дискриминационное ценообразование. Психологическое ценообразование. Стимулирующее ценообразование.

Тема 2.3. Стратегические аспекты управления системой товародвижения и сбыта

(Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 7ч.)

Сущность и функции каналов распределения в стратегии формирования потребительской ценности. Целесообразность использования посредников. Формирование стратегии распределения. Основные этапы: выбор типа канала, оценка требуемой интенсивности распределения, определение структуры канала. Традиционные, вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы распределения. Типы вертикальных маркетинговых систем.

Тема 2.4. Стратегия продвижения образа компании и управление маркетинговыми коммуникациями

(Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 1ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 6ч.)

Стратегические цели и задачи продвижения. Особенности компонентных стратегий в продвижении: рекламная стратегия, стратегия стимулирования сбыта, стратегия персональных продаж, PR-стратегия. Формирование положительного образа фирмы как цель и результат интегрированных коммуникационных усилий. Оценка эффективности различных форм коммуникационных усилий фирмы. Роль эффективных коммуникаций в формировании брендов.

Раздел 3. Промежуточная аттестация

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Тема 3.1. зачет

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Теоретические основы стратегического маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Концепции стратегического маркетинга
Концепции стратегического маркетинга
2. Развитие стратегического маркетинга в России
Развитие стратегического маркетинга в России
3. Сущность и значение маркетинговых исследований
Сущность и значение маркетинговых исследований
4. Источники маркетинговой информации в разработке стратегии
Источники маркетинговой информации в разработке стратегии
5. Потребители как «высокоценный актив» организации
Потребители как «высокоценный актив» организации
6. Направления инновационной деятельности организации в условиях внешних вызовов
Направления инновационной деятельности организации в условиях внешних вызовов
7. Принципы и приоритеты формирования инновационно-инвестиционной политики организации в разделе маркетинга
Принципы и приоритеты формирования инновационно-инвестиционной политики организации в разделе маркетинга
8. Этапы разработки и реализации маркетинговой инновационной стратегии организации
Этапы разработки и реализации маркетинговой инновационной стратегии организации
9. Мероприятия по формированию и мобилизации инновационных ресурсов организации
Мероприятия по формированию и мобилизации инновационных ресурсов организации
10. Ревизия маркетинга как основа развития маркетинговой деятельности

Ревизия маркетинга как основа развития маркетинговой деятельности

11. Эволюция маркетинга в России и за рубежом

Эволюция маркетинга в России и за рубежом

12. Влияние факторов макросреды на маркетинговые решения фирмы

Влияние факторов макросреды на маркетинговые решения фирмы

13. Макросегментирование рынка

Макросегментирование рынка

14. Принцип построения сетки макросегментирования

Принцип построения сетки макросегментирования

15. Стратегии охвата базового рынка, их характеристика

Стратегии охвата базового рынка, их характеристика

Раздел 2. Практико-ориентированные подходы реализации стратегического маркетинга на предприятии

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Микросегментационный анализ

Что такое микросегментационный анализ?

2. Модель пяти конкурентных сил М. Портера

Модель пяти конкурентных сил М. Портера

3. Модель БКГ

Модель БКГ: характеристика, достоинства и недостатки

4. SWOT – анализ

SWOT – анализ: цель анализа, методика проведения, достоинства и недостатки

5. Матрица Ансоффа

Матрица Ансоффа: характеристика, достоинства, недостатки

6. Матрица CE/McKinsey

Матрица CE/McKinsey: характеристика, достоинства, недостатки

7. PEST – анализ

PEST – анализ: характеристика, достоинства и недостатки

8. Анализ оптимальности структуры ассортимента предприятия

Анализ оптимальности структуры ассортимента предприятия

9. Товарные стратегии предприятия

Товарные стратегии предприятия

10. Характеристика основных показателей ассортимента

Характеристика основных показателей ассортимента

11. Разработка ценовых стратегий предприятия

Разработка ценовых стратегий предприятия

12. Характеристика основных видов ценовых стратегий

Характеристика основных видов ценовых стратегий

13. Стратегический подход к управлению сбытовой политикой фирмы

Стратегический подход к управлению сбытовой политикой фирмы

14. Характеристика системы интегрированных каналов распределения товаров

Характеристика системы интегрированных каналов распределения товаров

15. Эффективные стратегии, которые примените в формирующихся отраслях

Эффективные стратегии, которые примените в формирующихся отраслях

Раздел 3. Промежуточная аттестация

Форма контроля/оценочное средство:

Вопросы/Задания:

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Третий семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1 ПК-П3.2 ПК-П3.3 ПК-П4.3

Вопросы/Задания:

1. Макросегментирование рынка: цель, задача, принцип осуществления
Макросегментирование рынка: цель, задача, принцип осуществления
2. Принцип построения сетки макросегментирования
Принцип построения сетки макросегментирования
3. Стратегии охвата базового рынка, их характеристика
Стратегии охвата базового рынка, их характеристика
4. Микросегментационный анализ. Этапы анализа и их характеристика
Микросегментационный анализ. Этапы анализа и их характеристика
5. Модель пяти конкурентных сил М. Портера
Модель пяти конкурентных сил М. Портера
6. Модель БКГ: характеристика, достоинства и недостатки
Модель БКГ: характеристика, достоинства и недостатки
7. SWOT – анализ: цель анализа, методика проведения, достоинства и недостатки
SWOT – анализ: цель анализа, методика проведения, достоинства и недостатки
8. Матрица Ансоффа: характеристика, достоинства, недостатки
Матрица Ансоффа: характеристика, достоинства, недостатки
9. Матрица SE/McKinsey: характеристика, достоинства, недостатки
Матрица SE/McKinsey: характеристика, достоинства, недостатки
10. PEST – анализ: характеристика, достоинства и недостатки
PEST – анализ: характеристика, достоинства и недостатки
11. Анализ оптимальности структуры ассортимента предприятия
Анализ оптимальности структуры ассортимента предприятия
12. Товарные стратегии предприятия
Товарные стратегии предприятия
13. Характеристика основных показателей ассортимента
Характеристика основных показателей ассортимента
14. Характеристика основных видов ценовых стратегий
Характеристика основных видов ценовых стратегий
15. Стратегический подход к управлению сбытовой политикой фирмы
Стратегический подход к управлению сбытовой политикой фирмы
16. Характеристика системы интегрированных каналов распределения товаров
Характеристика системы интегрированных каналов распределения товаров

Заочная форма обучения, Третий семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1 ПК-П3.2 ПК-П3.3 ПК-П4.3

Вопросы/Задания:

1. Понятие стратегического маркетинга
Понятие стратегического маркетинга
2. Роль и задачи стратегического маркетинга
Роль и задачи стратегического маркетинга
3. Сущность и назначение стратегического плана предприятия
Сущность и назначение стратегического плана предприятия

4. Социально-демографическое сегментирование: понятие, характеристика
Социально-демографическое сегментирование: понятие, характеристика

5. Сегментирование по выгодам: понятие, характеристика
Сегментирование по выгодам: понятие, характеристика

Заочная форма обучения, Третий семестр, Контрольная работа

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1 ПК-П3.2 ПК-П3.3 ПК-П4.3

Вопросы/Задания:

1. Концепции стратегического маркетинга: содержание и развитие
Концепции стратегического маркетинга: содержание и развитие

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг: Учебник / В.Н. Наумов. - 2 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 356 с. - 978-5-16-107980-5. - Текст: электронный. // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/2085/2085051.jpg> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке

2. Стратегический маркетинг для магистров: Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 1 - Москва: Вузовский учебник, 2021. - 354 с. - 978-5-16-010937-4. - Текст: электронный. // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/1153/1153779.jpg> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. БРИТИКОВА Е. А. Стратегический маркетинг: метод. указания / БРИТИКОВА Е. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 54 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=9969> (дата обращения: 02.05.2024). - Режим доступа: по подписке

2. БРИТИКОВА Е. А. Стратегический маркетинг: метод. указания / БРИТИКОВА Е. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 54 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=9969> (дата обращения: 21.06.2024). - Режим доступа: по подписке

3. ИВАНОВА И.Г. Маркетинг: учебник / ИВАНОВА И.Г.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 189 с. - 978-5-907474-65-9. - Текст: непосредственный.

4. ЗЕЛИНСКАЯ М.В. Менеджмент и маркетинг: учеб. пособие / ЗЕЛИНСКАЯ М.В., Серая Н.Н., Папахян И.А.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 163 с. - 978-5-907430-65-5. - Текст: непосредственный.

5. Современные концепции маркетинга: учебное пособие / Н. П. Терешина,, П. В. Метелкин,, В. П. Третьяк,, М. В. Дунаев,. - Современные концепции маркетинга - Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. - 48 с. - 2227-8397. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/122135.html> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке

6. Современные концепции маркетинга: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.02 «менеджмент» / Терешина Н. П., Метелкин П. В., Третьяк В. П., Дунаев М. В.. - Москва: РУТ (МИИТ), 2021. - 47 с. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/269687.jpg> (дата обращения: 21.02.2024). - Режим доступа: по подписке

7. Нуралиев, С.У. Маркетинг: Учебник / С.У. Нуралиев. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 305 с. - 978-5-16-106462-7. - Текст: электронный. // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/1673/1673158.jpg> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.iprbookshop.ru/> - IPRbook
2. <http://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант
3. <http://www.gks.ru> - Официальный сайт «Росстата»

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;
- фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;
- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- 1 Microsoft Windows - операционная система.
- 2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

- 1 Гарант - правовая, <https://www.garant.ru/>
- 2 Консультант - правовая, <https://www.consultant.ru/>
- 3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, <https://elibrary.ru/>

Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата, специалитета, магистратуры по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне его. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Учебная аудитория

513эл

Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 0 шт.

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Контроль освоения дисциплины и оценка знаний обучающихся производится в соответствии с Пл КубГАУ 2.5.1 «Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся».

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodle.

Практические занятия

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения) разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;

– с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные

формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;

– при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;

– с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;

– при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

– письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;

– устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;

– с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;

– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;

– увеличение продолжительности проведения аттестации;

– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).

Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АООП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:

– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскочечную информацию в аудиальную или тактильную форму;

– возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;

– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;

– использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;

– использование инструментов «лупа», «проектор» при работе с интерактивной доской;

– озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;

– обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;

– наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных

- графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
 - минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
 - возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
 - увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
 - минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
 - применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
- опора на определенные и точные понятия;
- использование для иллюстрации конкретных примеров;
- применение вопросов для мониторинга понимания;
- разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
- увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскочечатную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимобратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;

- особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
- четкое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
- соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
- минимизация внешних шумов;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
- стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
- наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина "Стратегический маркетинг" ведется в соответствии с календарным учебным планом и расписанием занятий по неделям.

Темы проведения занятий определяются тематическим планом рабочей программы дисциплины.