

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.09.2023 15:27:18

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

Стратегический маркетинг

Закреплена за подразделением

Кафедра промышленного менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

4 ЗЕТ

Часов по учебному плану

144

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 8

аудиторные занятия

44

курсовая работа 8

самостоятельная работа

100

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	12 4/6			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Лекции	22	22	22	22
Практические	22	22	22	22
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	100	100	100	100
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Целью изучения курса является приобретение знаний по основам стратегического маркетинга и получение практических навыков по применению маркетингового подхода по решению задач в управлении предприятием, включая маркетинговые исследования и методологию освоения маркетингового планирования. Поможет в формировании у будущих бакалавров теоретических знаний и практических навыков необходимых при оценке и прогнозировании возможностей рынка и принятия решений по управлению предприятием на стратегическом и тактическом уровнях.
-----	---

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.13
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	ESG-менеджмент и реинжиниринг бизнес-процессов (BPR)	
2.1.2	Анализ финансовой отчетности	
2.1.3	Закупочная логистика	
2.1.4	Коммерческое бюджетирование	
2.1.5	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности организации	
2.1.6	Металлургия	
2.1.7	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.1.8	Психология и техника проведения деловых переговоров (бизнес-тренинги)	
2.1.9	Создание и позиционирование бренда (бизнес-тренинги)	
2.1.10	Управление человеческими ресурсами. Управление персоналом и деловой этикет	
2.1.11	Корпоративные финансы	
2.1.12	Логистика	
2.1.13	Управление качеством TQM	
2.1.14	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений	
2.1.15	Экономическая оценка инвестиций	
2.1.16	Project Management	
2.1.17	Внешнеэкономическая деятельность	
2.1.18	Металловедение и сертификация продукции	
2.1.19	Налоги и налогообложение	
2.1.20	Основы аудита	
2.1.21	Производственная логистика	
2.1.22	Финансовые рынки и институты. Рынок ценных бумаг	
2.1.23	Решение финансовых бизнес-кейсов с использованием инструментов MS Excel	
2.1.24	Государственные и муниципальные финансы	
2.1.25	Добыча, подготовка и обогащение сырья черных и цветных металлов	
2.1.26	Логистика	
2.1.27	Организация рекламной компании (бизнес-тренинги)	
2.1.28	Основы предпринимательства	
2.1.29	Финансы	
2.1.30	Бухгалтерский учет и анализ	
2.1.31	Деньги. Кредит. Банки	
2.1.32	Маркетинг	
2.1.33	Менеджмент	
2.1.34	Макроэкономика	
2.1.35	Теория отраслевых рынков	
2.1.36	Микроэкономика	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Диагностика и оптимизация финансово-экономического состояния компании	
2.2.2	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Психология и технология деловых переговоров	
2.2.4	Управление цепями поставок	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ
ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рисков видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации
Знать:
ПК-2-31 Принципы изучения рынка и внешнего маркетингового окружения, состав и порядок разработки программ маркетинговых исследований и плана маркетинга
ОПК-3: Способен проектировать и разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Знать:
ОПК-3-31 Принципы изучения рынка и внешнего маркетингового окружения, состав и порядок разработки программ маркетинговых исследований и плана маркетинга
ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рисков видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации
Уметь:
ПК-2-У1 Сформулировать маркетинговые задачи и применить системный подход к их решению
ОПК-3: Способен проектировать и разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь:
ОПК-3-У1 Сформулировать маркетинговые задачи и применить системный подход к их решению
ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рисков видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации
Владеть:
ПК-2-В1 Аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии и инструментарием маркетингового планирования
ОПК-3: Способен проектировать и разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Владеть:
ОПК-3-В1 Аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии и инструментарием маркетингового планирования