

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.08.2023 11:21:19

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 **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180

в том числе:

аудиторные занятия 68

самостоятельная работа 58

часов на контроль 54

Формы контроля в семестрах:

экзамен 7

курсовая работа 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	34	34	34	34
Итого ауд.	68	68	68	68
Контактная работа	68	68	68	68
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	54	54	54	54
Итого	180	180	180	180

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.06
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Анализ финансовой отчетности	
2.1.2	Закупочная логистика	
2.1.3	Коммерческое бюджетирование	
2.1.4	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности организации	
2.1.5	Корпоративное управление	
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	Маркетинг	
2.1.14	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений	
2.1.15	Экономическая оценка инвестиций	
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 процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Создание и позиционирование бренда	
2.2.4	Управление цепями поставок	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-4: Способен разрабатывать с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятия по модернизации систем управления производством в целях реализации стратегии организации, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции
Знать:
ПК-4-31 Принципы изучения рынка и внешнего маркетингового окружения, состав и порядок разработки программ маркетинговых исследований и плана маркетинга
ПК-3: Способен проводить анализ показателей деятельности структурных подразделений (отделов, цехов) производственной организации, действующих методов управления при решении производственных задач и выявлять возможности повышения эффективности управления
Уметь:
ПК-3-У1 Сформулировать маркетинговые задачи и применить системный подход к их решению
Владеть:
ПК-3-В1 Аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии и инструментарием маркетингового планирования