

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.08.2023 11:53:01

Уникальный идентификатор:

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 / Strategic Marketing

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Теория коммуникации и международные связи с общественностью/
Communications and International Public Relations

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

экзамен 2

аудиторные занятия

26

самостоятельная работа

46

часов на контроль

36

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	14			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	13	13	13	13
Практические	13	13	13	13
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	46	46	46	46
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	формирование системного представления о теории стратегического маркетинга как основополагающего компонента стратегического управления организацией, а также практических навыков по созданию и развитию системы управления организацией, основанной на принципах стратегического маркетинга. Знание основ стратегического маркетинга поможет специалистам по связям с общественностью целостно оценивать политику организации и разрабатывать маркетинговые стратегии компании, отвечающие самым современным требованиям
-----	--

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Продвижение инноваций / Communication for Innovation	
2.2.2	Учебная (консультационная) практика	
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.4	Производственная практика (педагогическая)	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-1: Способен анализировать научную проблематику на английском языке, соответствующую области знаний	
Знать:	
ПК-1-31	правила и нормы, принятые в сфере маркетинга для дальнейшего анализа научной проблематики
Уметь:	
ПК-1-У3	проводить исследование рынка и потребителя
ПК-1-У4	разрабатывать маркетинговую стратегию: собирать информацию, анализировать ситуацию, долгосрочные цели и тактические шаги для развития бренда и продукта
ПК-1-У1	определять способ и порядок реализации коммуникационной стратегии
ПК-1-У2	использовать понятийный аппарат стратегического маркетинга и брендинга для решения профессиональных задач
Владеть:	
ПК-1-В1	разрабатывать маркетинговую стратегию: собирать информацию, анализировать ситуацию, долгосрочные цели и тактические шаги для развития бренда и продукта