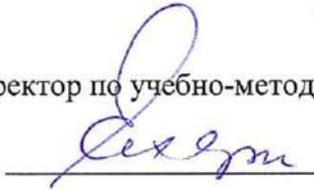


Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
инклюзивного высшего образования  
«Московский государственный гуманитарно-экономический университет»  
Факультет экономики  
Кафедра управления и предпринимательства

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебно-методической работе  
 Е.С. Сахарчук  
«27» апреля 2022 г.

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

образовательная программа направления подготовки 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль)

**Экономика предпринимательства**

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, заочная

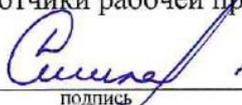
Очная форма обучения: курс 1, семестр 1

Заочная форма обучения: курс 1, семестр 2

Москва  
2022

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 11 августа 2020 г. № 939 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика. Зарегистрировано в Минюсте РФ 26 августа 2020 г. Регистрационный № 59459.

Разработчики рабочей программы: д.э.н., профессор кафедры управления и предпринимательства МГГЭУ  
место работы, занимаемая должность

  
подпись

Д.С. Шихалиева  
И.О. Фамилия

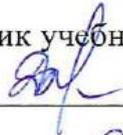
«21» февраля 2022 г.  
Дата

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры управления и предпринимательства (протокол № 8 от «21» февраля 2022 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ  
(протокол № 1 от «27» 04 2022 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления

  
И.Г. Дмитриева  
«27» 04 2022 г.

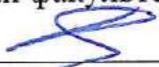
Начальник методического отдела

  
Д.Е. Гапеев  
«27» 04 2022 г.

Заведующий библиотекой

  
В.А. Ахтырская  
«27» 04 2022 г.

Декан факультета

  
Л.В. Дегтева  
«27» 04 2022 г.

## Содержание

- 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**
- 3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ**
- 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**
- 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**
- 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**
- 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**
- 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

## 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 1.1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Стратегический маркетинг» является формирование системы знаний в области использования приемов и методов разработки маркетинговых стратегий, необходимых для эффективной работы на рынке.

Задачи изучения (модуля):

- Изучение понятийного аппарата дисциплины (модуля);
- получение знаний о закономерностях развития рынка и его реакции на маркетинговые усилия субъектов предпринимательской деятельности;
- формирование представлений о современных проблемах стратегического маркетинга и путях их решения;
- формирование умений и навыков, необходимых для построения маркетинговой стратегии предприятия и принятия соответствующих маркетинговых решений.

### 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы направления подготовки

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к базовой части блока Б1. Через объект исследования она связана с такими учебными дисциплинами как «Микроэкономика (продвинутый уровень)», «Управление проектами». Изучение учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» необходимо для освоения таких дисциплин, как «Экономика и организация предпринимательской деятельности», «Бизнес-контроллинг», «Цены и ценовая политика».

### 1.3 Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Знает механизмы межкультурного взаимодействия в обществе на современном этапе, принципы соотношения общемировых и национальных культурных процессов
		УК-5.2. Умеет адекватно оценивать межкультурные диалоги в современном обществе; толерантно взаимодействовать с представителями различных культур; выстраивать социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп
		УК-5.3. Владеет навыками формирования психологически безопасной среды в профессиональной деятельности; межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур

ОПК-4	Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ОПК-4.1. Знает виды организационно-управленческих решений, принципы их подготовки, методы принятия и особенности реализации
		ОПК-4.2. Умеет разрабатывать и принимать обоснованные организационно-управленческие решения, организовывать их реализацию и осуществлять контроль за исполнением
		ОПК-4.3. Владеет навыками принятия организационно-управленческих решений и методами оценки их эффективности

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Объем учебной дисциплины(модуля).

Объем дисциплины «Стратегический маркетинг» составляет 3 зачетных единиц  
108 часов

Вид учебной работы	Всего, часов		Очная форма	Заочная форма
	Очная форма	Заочная форма	Курс, часы	Курс, часы
			1	
<b>Аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего в том числе:</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>28</b>	<b>8</b>
<b>Лекции (Л)</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
В том числе, практическая подготовка (ЛПП)	-		-	
<b>Практические занятия (ПЗ)</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>4</b>
В том числе, практическая подготовка (ПЗПП)	-		-	
<b>Лабораторные занятия (ЛР)</b>	-		-	
В том числе, практическая подготовка (ЛРПП)	-		-	
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>	<b>80</b>	<b>96</b>	<b>80</b>	<b>96</b>
В том числе, практическая подготовка (СРПП)	-		-	
<b>Промежуточная аттестация (подготовка и сдача), всего:</b>				
Контрольная работа				
Зачет с оценкой		4		4
Итого: Общая трудоемкость учебной дисциплины (в часах, зачетных единицах)	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

2.2. Содержание разделов учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (тематика занятий)	Формируемые компетенции (индекс)
1	Маркетинг-концепция управления рынком	Понятие маркетинга. Концепции управления маркетингом. Проблемы внедрения маркетинга на российских предприятиях	УК-5 ОПК-4
2	Стратегии маркетинга на уровне корпораций	Основные подходы к формированию корпоративных стратегий. Конкурентные стратегии. Корпоративные стратегии роста. Понятие конкуренции и ее виды. Конкурентные	УК-5 ОПК-4

		силы. Модель конкурентных сил по М. Портеру. Основные характеристики конкурентных стратегий.	
3	Функциональные стратегии маркетинга	Сегментирование рынка. Стратегии охвата рынка. Стратегии позиционирования.	УК-5 ОПК-4
4	Инструментальные стратегии маркетинга	Товар-инструмент комплекса маркетинга. Этапы разработки нового товара. Понятие конкурентоспособности товара. Стратегии маркетинга жизненного цикла товара. Ассортиментная стратегия предприятия. Марочная стратегия предприятия. Брендинг. Цена-инструмент маркетинга. Ценовые маркетинговые стратегии.	УК-5 ОПК-4
5	Стратегии регионального развития	Основные подходы к формированию региональных стратегий маркетинга. Маркетинговые решения для информационной поддержки разработки стратегий регионов	УК-5 ОПК-4

### 2.3. Разделы дисциплин и виды занятий

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела	Аудиторная работа			Внеауд. работа	Объем в часах		
		Л	ПЗ	ЛЗ			СР	Всего
		в том числе, ЛПП	в том числе, ПЗПП	в том числе, ЛЗПП			в том числе, СРПП	в том числе, ПП
1	Маркетинг-концепция управления рынком	2	2	-	16	20		
		-	-	-	-	-		
2	Стратегии маркетинга на уровне корпораций	2	4	-	16	22		
		-	-	-	-	-		
3	Функциональные стратегии маркетинга	2	4	-	16	22		
		-	-	-	-	-		
4	Инструментальные стратегии маркетинга	2	4	-	16	22		
		-	-	-	-	-		
5	Стратегии регионального развития	2	4	-	16	22		
		-	-	-	-	-		
	<i>Итого:</i>							
	<i>Зачет с оценкой</i>							
	<i>Всего:</i>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>80</b>	<b>108</b>		

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела	Аудиторная работа			Внеауд. работа	Объем в часах
		Л	ПЗ	ЛЗ	СР	Всего
		в том числе, ЛПП	в том числе, ПЗПП	в том числе, ЛЗПП	в том числе, СРПП	в том числе, ПП
1	Маркетинг-концепция управления рынком	-	-	-	18	18
		-	-	-	-	-
2	Стратегии маркетинга на уровне корпораций	2	-	-	18	20
		-	-	-	-	-
3	Функциональные стратегии маркетинга	-	2	-	20	22
		-	-	-	-	-
4	Инструментальные стратегии маркетинга	2	-	-	20	22
		-	-	-	-	-
5	Стратегии регионального развития	-	2	-	20	22
		-	-	-	-	-
	<i>Итого:</i>					
	<i>Зачет с оценкой</i>					4
	<i>Всего:</i>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>96</b>	<b>108</b>

2.4. План самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Очная форма обучения

№	Название разделов и тем	Виды самостоятельной работы	Трудовое количество	Формируемые компетенции	Формы контроля
1	Маркетинг-концепция управления рынком	Подготовка к опросу	16	УК-5 ОПК-4	Опрос
2	Стратегии маркетинга на уровне корпораций	Решение кейс-заданий	16	УК-5 ОПК-4	кейс-задание
3	Функциональные стратегии маркетинга	Решение кейс-заданий	16	УК-5 ОПК-4	кейс-задание
4	Инструментальные стратегии маркетинга	Решение кейс-заданий	16	УК-5 ОПК-4	кейс-задание

5	Стратегии регионального развития	Подготовка докладов	16	УК-5 ОПК-4	доклад
	ИТОГО		80		

Заочная форма обучения

№	Название разделов и тем	Виды самостоятельной работы	Трудовое мкость	Формируемые компетентности	Формы контроля
1	Маркетинг-концепция управления рынком	Подготовка к опросу	18	УК-5 ОПК-4	Опрос
2	Стратегии маркетинга на уровне корпораций	Решение кейс-заданий	18	УК-5 ОПК-4	кейс-задание
3	Функциональные стратегии маркетинга	Решение кейс-заданий	20	УК-5 ОПК-4	кейс-задание
4	Инструментальные стратегии маркетинга	Решение кейс-заданий	20	УК-5 ОПК-4	кейс-задание
5	Стратегии регионального развития	Подготовка докладов	20	УК-5 ОПК-4	доклад
	ИТОГО		96		

### 3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

При организации обучения инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются следующие необходимые условия:

- учебные занятия организуются исходя из психофизического развития и состояния здоровья инвалидов и лиц с ОВЗ совместно с другими обучающимися в общих группах, а также индивидуально, в соответствии с графиком индивидуальных занятий;
- при организации учебных занятий в общих группах используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений, создания комфортного психологического климата в группе;
- в процессе образовательной деятельности применяются материально-техническое оснащение, специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, электронные образовательные ресурсы в адаптированных формах.
- подбор и разработка учебных материалов преподавателями производится с учетом психофизического развития и состояния здоровья инвалидов и лиц с ОВЗ;
- использование элементов дистанционного обучения при работе со студентами, имеющими затруднения с моторикой;
- обеспечение студентов текстами конспектов (при затруднении с конспектированием);
- использование при проверке усвоения материала методик, не требующих выполнения рукописных работ или изложения вслух (при затруднениях с письмом и речью) – например, тестовых бланков.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, на электронном носителе, в печатной форме увеличенным шрифтом и т.п.);
2. Доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа);
3. Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно, др.).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

#### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Самостоятельная работа студентов (далее – СРС) является неотъемлемой частью обучения студентов. Ее цель - формирование профессиональной компетентности будущего специалиста.

Самостоятельная работа осуществляется в виде аудиторных и внеаудиторных форм познавательной деятельности по дисциплине.

Самостоятельная работа по дисциплине включает в себя:

- 1) предварительную подготовку к аудиторным занятиям;
- 2) самостоятельную работу при прослушивании лекций, осмыслении учебной информации, ее обобщении и составлении конспектов;
- 3) подбор, изучение, анализ рекомендованных источников и литературы;
- 4) выяснение наиболее сложных вопросов дисциплины и их уточнение во время консультаций;
- 5) подготовку к экзамену, практическим занятиям, тестированию
- 6) выполнение практических заданий и кейс-задания;
- 7) систематическое изучение периодической печати, научных монографий, поиск и анализ дополнительной информации.

Аудиторная самостоятельная работа выполняется студентами на лекциях и практических занятиях.

Вопросы для самостоятельной работы студентов в целях подготовки к аудиторным занятиям предлагаются преподавателем в начале изучения каждого раздела дисциплины или темы. Студенты имеют право выбирать дополнительно интересующие их темы для самостоятельной работы.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – планируемая учебная деятельность студентов, осуществляемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Виды самостоятельной работы студентов: подготовка к опросу, подготовка к тестированию, выполнение практических заданий, решение кейса, подготовка к контрольной работе.

#### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов**

##### **Методические рекомендации по подготовке к устному опросу**

Одной из форм самостоятельной работы студентов является подготовка к устному опросу. Для подготовки к опросу студенту рекомендуется изучить лекционный материал, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов по соответствующей теме.

Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с научной и методической литературой. При подготовке к опросу студентам рекомендуется обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам.

### Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение определённой темы.

Этапы подготовки доклада:

1. Определение цели доклада.
2. Подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада.
3. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.
4. Общее знакомство с литературой и выделение среди источников главного.
5. Уточнение плана, отбор материала к каждому пункту плана.
6. Композиционное оформление доклада.
7. Заучивание, запоминание текста доклада, подготовки тезисов выступления.
8. Выступление с докладом.

необходимо выполнить практическое задание, а затем объяснить методику его решения.

### Методические рекомендации по подготовке к выполнению практического кейс-задания

Кейс-задание представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать свои аналитические и оценочные навыки, формулировать эффективные и наиболее рациональные управленческие решения на основе результатов финансового анализа деятельности организации.

Цели выполнения студентами кейс-задания:

- развитие у студентов аналитического мышления;
- развитие у студентов практических навыков расчета налогового бремени организации;
- формирование у студентов навыков оптимизации налогообложения и разработки эффективной налоговой политики;
- повышение мотивации студентов к обучению и профессиональному развитию.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной работы студентов.

#### Этапы выполнения кейс-задания и рекомендации студентам

№	Этапы выполнения кейса	Рекомендации магистрантам
1	Знакомство с содержанием кейса	Определить цель и задачи кейса
2	Поиск исходной информации для решения кейса	В качестве исходной информации рекомендовано использовать отчетные данные организации
3	Определение последовательности решения кейса	1. Обосновать последовательность расчета основных налогов, уплачиваемых организацией 2. Обосновать применяемую методику оценки налогового бремени организации
4.	Решение кейса	Проведение расчета всех уплачиваемых организацией налогов, провести расчет налогового бремени
5	Оценка полученных	По результатам расчета необходимо сделать

	результатов	выводы
6	Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности организации	На основании выводов рекомендовано разработать соответствующие пути снижения налоговой нагрузки организации
7	Презентация выполненных заданий	<p>Рекомендовано использовать письменный отчет-презентация.</p> <p>Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д.</p> <p>При подготовке отчета по кейс-заданию следует придерживаться следующей структуры:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оглавление</li> <li>2. Введение. Во введении дать краткую характеристику анализируемой организации, выбранной методике оценки налогового бремени</li> <li>3. Основная часть. Провести анализ налоговой нагрузки организации и обосновать пути ее снижения</li> <li>4. Заключение.</li> <li>5. Библиография</li> </ol> <p>Общий объем отчета по кейс-заданию составляет 10-12 стр. формата А4, включая титульный лист и библиографию.</p>
8	Подведение итогов. Оценка выполнения кейс-задания	<p>Примерными критериями оценки выполнения кейс-задания являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение провести расчет налоговой нагрузки организации</li> <li>• уровень аргументации, способность правильно делать выводы по результатам расчета;</li> <li>• способность принимать эффективные управленческие решения;</li> <li>• качество оформления отчета.</li> </ul>

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях и самостоятельной работе обучающихся

Семестр	Вид занятия (Л, ПЗ, ЛР, в том числе, ПП)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1	Л	коммуникативная лекция	8
	ПЗ	ролевая игра, мозговой штурм, ситуационный анализ, дискуссия, круглый стол	10
	ЛЗ		
Итого:			18

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения

**Входной контроль не предусмотрен**

**Текущий контроль** –оценивается самостоятельная работа студентов на семинарских занятиях (теоретические опросы, доклады, анализ научных фактов), выполнение практических заданий, выполнение творческих заданий, написание реферата на выбранную тему, написание контрольных работ.

#### Задания для текущего контроля

##### **Вопросы для опроса**

1. Почему маркетинговое управление предприятием представляет собой новую модель мышления?
2. Почему некоторые предприятия переходят от концепции маркетинга к концепции социально-этичного маркетинга?
3. Что представляет собой маркетинг взаимодействия?
4. Какие виды маркетинга в зависимости от состояния рынка вы можете назвать?
5. Каковы цели и содержание маркетинговой деятельности предприятия?
6. В чем состоит специфика маркетингового подхода к государственному управлению от маркетинга на уровне предприятия?
7. Как знания в области маркетинга могут влиять на финансовые результаты деятельности предприятия?
8. В чем заключаются особенности маркетинга в современных экономических условиях?
9. В чем состоит специфика маркетинга на российских предприятиях?

10. Какова роль маркетинга в деятельности современного предприятия?

**Пример кейс-задания:**

**Информация для кейс-задания 1:**

Прежде чем приступить к разработке стратегии развития предприятия, необходимо установить причины, не позволяющие выпускать конкурентоспособную продукцию, пользующуюся устойчивым потребительским спросом. Отчеты прежнего руководства предприятия позволили вскрыть многие недочеты, мешавшие продуктивной работе. Однако для определения основных «узких мест» и приоритетных мероприятий, необходимых для повышения качества выпускаемой продукции, поиска точек роста и наиболее перспективных возможностей было принято решение о проведении систематизированного анализа сложившегося положения.

Новый директор поставил задачу определить на основных участках деятельности предприятия слабые места и угрозы, которые они могут представлять в будущем, а также сильные стороны и открывающиеся, в связи с этим возможности, на которые целесообразно сделать ставку при реорганизации деятельности предприятия.

**Вопросы:**

1. Назовите ряд причин, которые не позволяют выпускать конкурентоспособную продукцию. Объясните.
2. Разработайте стратегию развития предприятия.
3. Какое стратегическое решение необходимо принять руководству организации?

**Информация для кейс-задания 2:**

Крупной европейской фармацевтической компании необходимо принять решение о выборе дальнейшей стратегии развития. Возможно принятие трех принципиально разных альтернативных вариантов решения этой важной управленческой проблемы.

*Первый альтернативный вариант.* Цель компании – получение максимально возможной прибыли в возможно более короткие сроки. Для этого на четверть урезается программа по созданию новых видов продукции и на 30% сокращаются расходы на маркетинговое обеспечение торговых операций.

*Второй альтернативный вариант.* Компания ставит перед собой цель обеспечить устойчивое положение в будущем. Для этого основные усилия сосредотачиваются на проведении НИОКР по созданию новых конкурентоспособных видов продукции.

*Третий альтернативный вариант.* Целью компании является сочетание обеспечения рентабельности производства в настоящее время со значительными расходами на НИОКР для создания продукции, конкурентоспособной на рынках сбыта.

**Вопросы:** Проанализируйте возможные стратегические направления развития фармацевтической компании. Какой из трех альтернативных вариантов возможного стратегического развития компании, подготовленных аналитиками, вы считаете наиболее приемлемым?

**Промежуточная аттестация:** осуществляется в форме зачета с оценкой.

## **6.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.**

### **Тематика докладов**

1. Основные подходы к формированию региональных стратегий маркетинга.
2. Информационная база маркетинговых решений.
3. Стратегия развития региона.
4. Системный подход к формированию позитивного имиджа региона.
5. Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга.

6. Маркетинговые решения на уровне региона.

### **6.3. Курсовая работа**

**Курсовая работа не предусмотрена**

### **6.4. Вопросы к зачету**

#### **Вопросы к зачету с оценкой**

1. Понятие, цели и задачи маркетинга.
2. Виды маркетинга.
3. Концепции управления маркетингом.
4. Методы маркетинга.
5. Функции маркетинга.
6. Понятие и сущность стратегии маркетинга.
7. Основные подходы к формированию корпоративных стратегий.
8. Корпоративные стратегии роста.
9. Конкурентные стратегии.
10. Понятие конкуренции и ее виды.
11. Модель конкурентных сил по М. Портеру.
12. Основные характеристики конкурентных стратегий.
13. Понятие конкурентоспособности товара.
14. Сегментирование рынка.
15. Стратегии охвата рынка.
16. Стратегии позиционирования.
17. Товар-инструмент комплекса маркетинга.
18. Этапы разработки нового товара.
19. Стратегии маркетинга жизненного цикла товара.
20. Ассортиментная стратегия предприятия.
21. Марочная стратегия предприятия.
22. Понятие брендинга.
23. Цена-инструмент маркетинга.
24. Ценовые маркетинговые стратегии.
25. Основные подходы к формированию региональных стратегий маркетинга.  
Маркетинговые решения для информационной поддержки разработки стратегий регионов

### **6.5. Вопросы к экзамену**

**Экзамен не предусмотрен**

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1 Основная литература**

1. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491324> (дата обращения: 10.06.2022).
2. Сидорова, Е. Ю. Налоги и налогообложение: практикум : учебное пособие / Е.Ю. Сидорова, Д.Ю. Бобошко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 262 с. — (Высшее

- образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1413930. - ISBN 978-5-16-016951-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1413930>
3. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490124> (дата обращения: 10.06.2022).

## 7.2. Дополнительная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507921> (дата обращения: 10.06.2022).
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489034> (дата обращения: 10.06.2022).
3. Отварухина, Н. С. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14975-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489233> (дата обращения: 10.06.2022).
4. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490362> (дата обращения: 10.06.2022).

## 7.3 Программное обеспечение

1С Предприятие 8 (учебная версия)

Microsoft Office 2010

Microsoft Windows 7 Enterprise

МойОфис Стандартный

Консультант Плюс

Zoom

## 7.4 Электронные ресурсы

Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>

ЭБС «Юрайт» - <http://www.urait.ru>.

ЭБС Znanium.com - <https://znanium.com>.

Бесплатные электронные книги по бизнесу	<a href="http://www.alti.ru/bizbook.htm">http://www.alti.ru/bizbook.htm</a>
Библиотека Конгресса США (The Library of Congress)	<a href="http://www.loc.gov/index.html">http://www.loc.gov/index.html</a>
Библиотека бизнесмена	<a href="http://e-book.city.tomsk.net">http://e-book.city.tomsk.net</a>
Библиотека СПбГУЭФ	<a href="http://www.finec.ru/rus/parts/sbio-site/index.html">http://www.finec.ru/rus/parts/sbio-site/index.html</a>
Библиотека электронных книг	<a href="http://e-booki.narod.ru/knigi.htm">http://e-booki.narod.ru/knigi.htm</a>

<b>Государственная публичная научно-техническая библиотека России</b>	<a href="http://www.gpntb.ru">http://www.gpntb.ru</a>
<b>Научная электронная библиотека</b>	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
<b>Российская государственная библиотека</b>	<a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>
<b>Российская национальная библиотека</b>	<a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
<b>Электронные книги</b>	<a href="http://books.mlmbiz.ru">http://books.mlmbiz.ru</a>
<b>Публичная Интернет-библиотека</b> (кроме публикаций за текущий год, которые предоставлены в цитированном варианте).	<a href="http://www.public.ru">http://www.public.ru</a>
<b>Библиотека экономики</b> (различные экономические тексты: книги, рабочие материалы (working papers), статьи из сборников и журналов, публикации, рефераты, дипломы, диссертации).	<a href="http://www.finansy.ru/publ.htm">http://www.finansy.ru/publ.htm</a>
<b>Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации</b>	<a href="https://minfin.gov.ru/ru/">https://minfin.gov.ru/ru/</a>
<b>Официальный сайт Федеральной налоговой службы</b>	<a href="https://www.nalog.ru/rn50/">https://www.nalog.ru/rn50/</a>
<b>Официальный сайт Банка России</b>	<a href="https://cbr.ru/">https://cbr.ru/</a>
<b>Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики</b>	<a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a>

### **7.5 Методические указания и материалы по видам занятий**

Положение о рабочих программах учебных дисциплин (модулей), разработанных в соответствии с актуализированными федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования (ФГОС ВО 3++)

## 7 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	Аудитория №402	<p>11 компьютеров</p> <p>Системный блок 1: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-4570 CPU @ 3.20GHz 8192 ОЗУ HDD Объем: 500 ГБ Монитор Benq G922HDA- 22 дюйма</p> <p>Системный блок 2: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-4170 CPU @ 3.70GHz 4096 МБ ОЗУ; HDD Объем: 500 ГБ Монитор DELL 178FP</p> <p>Системный блок 3: Процессор Intel(R) Core(TM) i3-6100 CPU @ 3.70GHz 4096 МБ ОЗУ; SSD Объем: 120 ГБ Монитор Samsung 940NW Акустическая система 2.0 Интерактивная доска Smart Board Проектор Epson EH-TW535W</p>
2	Аудитория №403	<p>Системный блок: Процессор Intel® Pentium®Dual-Core E2180 2048 ОЗУ; 320 HDD Монитор АОС 2470W Проектор Epson EH-TW5300 с акустической системой</p>
3	Аудитория №405	<p>Системный блок: Процессор Intel® Pentium®Dual-Core E2180 2048 ОЗУ; 320 HDD Монитор АОС 2470W Проектор Epson EH-TW5300 с акустической системой</p>
4	Аудитория №302	<p>11 компьютеров</p> <p>Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i3-2100 CPU @ 3.10GHz 4096 МБ ОЗУ; HDD Объем: 320 ГБ Монитор Acer P206HL - 20 дюймов Акустическая система Sven Интерактивная доска Smart Board Проектор Epson EH-TW535W</p>
5	Аудитория №303	<p>Системный блок: Процессор Intel® Pentium®Dual-Core E5200 2048 ОЗУ; 320 HDD Монитор Samsung SyncMaster 940NW Акустическая система Sven Проектор Nec M260W</p>
6	Аудитория №305	<p>Системный блок: Процессор Intel® Core™2 Duo E8500 2048 ОЗУ; 250 HDD Монитор Samsung SyncMaster 940NW</p>

		Акустическая система Sven Проектор Nec M260W
7	Аудитория №306	12 компьютеров Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-2400 CPU @ 3.10GHz 8192 ОЗУ; HDD Объем: 500 ГБ Монитор DELL EX231W - 24 дюйма Интерактивная доска Elite Panaboard UB-T880W с акустической системой Проектор Epson EB-440W
8	Аудитория №308	Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-2400 CPU @ 3.10GHz; 8192 ОЗУ HDD Объем: 500 ГБ Монитор DELL EX231W - 24 дюйма Интерактивная доска Elite Panaboard UB-T880W с акустической системой Проектор Epson EB-440W
9	Аудитория №2-120	Системный блок: Процессор Intel® Core™2 Duo E8500 2048 ОЗУ\$ 250 HDD Монитор Samsung SyncMaster 940NW Акустическая система Sven Проектор Nec M260W
10	Аудитория №109	11 компьютеров Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-6400 CPU @ 2.70GHz 4096 МБ ОЗУ SSD Объем: 120 ГБ Монитор Philips PHL 243V5 - 24 дюйма Акустическая система Sven Интерактивная доска Smart Board Проектор Epson EH-TW535W
11	Аудитории № 309, 310, 311, 410, 411	Проектор переносной Epson EB-5350 (1080p)– 1 шт. Экран переносной Digis 180x180 – 1 шт. Ноутбук HP ProBook 640 G3 (Intel Core i5 7200U, 4gb RAM, 250 SSD) – 1 шт.

