

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
 Должность: и.о. директора Института экономики и управления
 Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25
 Уникальный идентификатор: 46f7031a70469585fdb4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Стратегический маркетинг
Краткое содержание	Сущность и развитие стратегического маркетинга. Модели разработки стратегий. Специфика стратегического маркетинга. Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления. Управление стратегическим маркетингом. Основные этапы стратегического управления. Стратегическое маркетинговое планирование. Организация стратегического маркетинга. Стратегическое маркетинговое целеполагание на предприятии. Предприятие как объект стратегического маркетинга. Корпоративные стратегии. Стратегический маркетинговый анализ среды предприятия с использованием цифровых технологий. Портфельный анализ деятельности предприятия: назначение и сущность. Разработка стратегических маркетинговых альтернатив. Инструментарий выбора маркетинговой стратегии предприятия. Метод анализа иерархий в разработке стратегических решений в сфере маркетинга. Функциональные стратегии маркетинга. Инструментальные стратегии маркетинга. Продвижение товаров и услуг на рынке. Распределение товаров. Стратегии в канале сбыта. Особенности реализации концепции стратегического маркетинга в сфере услуг. Реализация концепции стратегического маркетинга в инновационном секторе экономики.
Результаты освоения дисциплины	- применяя знания о методах и инструментах стратегического анализа и планирования, способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке маркетинговой стратегии и принимать участие в ее реализации – опираясь на знания основных инструментов выбора маркетинговых стратегий, способен разрабатывать альтернативные варианты достижения намеченных целей организации, участвовать в подготовке принятия стратегических решений, разработке и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий, осуществлять контроль результативности и эффективности рыночной стратегии компании.
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Экзамен Контрольная работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Лужнова, Н. В. Стратегический маркетинг Электронный ресурс / Лужнова Н. В., Калиева О. М., Мантрова М. С. : учебник. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 246 с. - Рекомендовано Ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» в качестве учебника для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». - ISBN 978-5-7410-1395-3, (экземпляров неограничено). 2. Котляревская, И.В. Стратегический маркетинг Электронный ресурс: учебное пособие / И.В. Котляревская. - Стратегический маркетинг, 2022-08-31. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 244 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-7996-1313-6, (экземпляров неограничено).
Дополнительная литература	1. Бондарева, Н.А. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия Электронный ресурс : учебно-методическое пособие / сост.

- | | |
|--|--|
| | <p>Н.А. Бондарева. - Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 44 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., (экземпляров неограничено).</p> <p>2. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова, Ч. 1. - Москва : Юрайт, 2017. - 245 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Академический курс). - Гриф: Рек. УМО. - ISBN 978-5-9916-8567-2. - ISBN 978-5-9916-8566-5, (экземпляров 15).</p> <p>3. Комлев, Е.Б. Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами Электронный ресурс : учебное пособие / Е.Б. Комлев. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2016. - 199 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-906822-45-1, (экземпляров неограничено).</p> <p>4. Жук, Е. С. Стратегический маркетинг: учебник / Е.С. Жук, Н.П. Кетова ; Министерство образования и науки Российской Федерации ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» ; Экономический факультет. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2011. - 203 с. - http://biblioclub.ru/. - библиогр. с: С. 197-202. - ISBN 978-5-9275-0904-1, (экземпляров неограничено).</p> |
|--|--|