

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Л.И.

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 28.05.2026 11:41:50

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических наук,
профессор
Л.И. Ушвицкий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегический маркетинг (продвинутый уровень)

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Стратегический менеджмент и маркетинг
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется	2 семестр

Разработано:

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента
Пономарева Е.А.

Ставрополь, 2026

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг (продвинутый уровень)» является формирование профессиональной компетенции (ПК-2) у студентов по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент. Основная цель курса заключается в изучении обучающимися принципам выбора стратегических альтернатив, используя методы и инструменты разработки маркетинговой стратегии организации с учетом взаимодействия с внешней бизнес-средой направленной на обеспечение конкурентоспособности организации.

Задачи дисциплины «Стратегический маркетинг (продвинутый уровень)»:

- рассмотрение концепции стратегического маркетинга и изучение процесса стратегического маркетинга;
- ознакомление с инструментарием стратегического маркетинга, позволяющим выделить главные проблемы предприятий в условиях становления экономики знаний, увязать теоретические положения с практикой;
- формирование у студентов стратегического мышления, всесторонних знаний, практических навыков в решении сложных конкретных стратегических маркетинговых задач, стоящих перед предприятиями разных отраслей.

Изучение данной дисциплины позволяет сформировать образ мышления, ориентированный на рынок.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Стратегический маркетинг (продвинутый уровень)» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление всеми видами деятельности, организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в российских компаниях в условиях изменяющейся окружающей среды	ИД-1. ПК-2. Способен осуществлять стратегическое управление деятельностью организации с учетом взаимодействия с внешней бизнес-средой	применяя знания методов и инструментов стратегического анализа и планирования, способен разрабатывать альтернативные варианты достижения намеченных целей организации, управлять реализацией маркетинговой стратегии предприятия с учетом взаимодействия с внешней бизнес-средой

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего 3 з.е. 108 акад.ч	ОФО, в акад.часах
Контактная работа	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	0
Практический занятий/ из них практическая подготовка	36/0
Самостоятельная работа	54
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	+
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет
Реферат	да

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем / из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Сущность и развитие стратегического маркетинга	ИД-1. ПК-2.	2	4	-	7	Собеседование эссе

	1. Исторические особенности формирования стратегии предприятия. Понятие стратегии 2. Сущность стратегического маркетинга: определение, цель, задачи, функции, принципы. Отличие стратегического маркетинга от операционного. Процесс стратегического маркетинга. 3. Историческая ретроспектива развития стратегического маркетинга. 4. Модели разработки стратегий. 5. Специфика стратегического маркетинга. Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления						
2	Стратегическое маркетинговое целеполагание на предприятии 1. Стратегическое видение и миссия предприятия: сущность и роль в формировании маркетинговой стратегии, требования к формулировке миссии. 2. Стратегические маркетинговые цели предприятия: сущность, классификация, требования к формулировке, методы выработки. 3. Метод дерева целей	ИД-1. ПК-2.	2	4	-	7	Собеседование
3	Предприятие как объект стратегического маркетинга. Корпоративные стратегии 1. Основные подходы к формированию корпоративных стратегий 2. Корпоративные стратегии роста 3. Конкурентные стратегии 4. Основные характеристики конкурентных стратегий 5. Концепция стратегической бизнес – единицы предприятия.	ИД-1. ПК-2.	2	8	-	7	Собеседование Индивидуальное задание

	6. Концепция стратегического зонирования предприятия. Стратегические зоны хозяйствования: сущность, типы, методика выделения.						
4	Стратегический маркетинговый анализ среды предприятия 1. Сущность маркетинговой среды предприятия. Базисная структура сред: общая внешняя (макросреда) среда, операционная внешняя (микросреда) среда, внутренняя среда. 2. Введение в SWOT – анализ: модель SWOT и проблема интерпретации, цель SWOT – анализа, источники информации для SWOT – анализа. 3. Анализ внешней макро- и микросреды предприятия в сфере коммерции. 4. Портфельный анализ деятельности предприятия: назначение и сущность. 4.1. Матрица Бостонской консалтинговой группы в стратегическом анализе продуктового портфеля фирмы. 4.2. Матрица стратегического позиционирования GE / McKinsey. 4.3. Матрица выбора конкурентной стратегии фирмы SPACE 4.4 Модель “ADL/LC” 4.5. Матрица направленной политики компании Шелл 5. Стратегический анализ внутренней среды предприятия.	ИД-1. ПК-2.	4	8	-	7	Собеседование Индивидуальное задание
5	Разработка стратегических маркетинговых альтернатив. Принятие маркетинговых стратегических решений 1. Стратегические маркетинговые альтернативы: сущность, виды,	ИД-1. ПК-2.	2	4	-	7	Собеседование

	характеристика, условия применения. 2. Инструментарий выбора маркетинговой стратегии предприятия. 3. Метод анализа иерархий в разработке стратегических решений в сфере маркетинга.						
6	Функциональные стратегии маркетинга 1. Сегментирование рынка 2. Выбор целевых рынков. Стратегии охвата. 3. Стратегии позиционирования.	ИД-1. ПК-2.	2	2	-	7	Собеседование
7	Операционные стратегии маркетинга 1. Товар - инструмент комплекса маркетинга 2. Этапы разработки нового товара 3. Стратегии маркетинга жизненного цикла товара 4. Ассортиментная стратегия предприятия 5. Марочная стратегия. Брендинг 6. Цена - инструмент маркетинга: задачи ценообразования; разработка перспективной ценовой политики фирмы	ИД-1. ПК-2.	2	6	-	7	Собеседование
8	Управление реализацией маркетинговой стратегии предприятия 1. Процесс реализации маркетинговой стратегии: значение, структура 2. Сущность концепции стратегических разрывов и методика ее использования в стратегическом маркетинге 3. Организационные изменения в системе стратегического маркетинга 4. Контроллинг в системе стратегического маркетинга: содержание и функции 5. Стратегический и оперативный контроллинг на предприятии	ИД-1. ПК-2.	2	-	-	5	Собеседование
	ИТОГО		18	36	-	54	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

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).

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Бондарева, Н.А. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия Электронный ресурс : учебно-методическое пособие / сост. Н.А. Бондарева. - Москва :

Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 44 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., (экземпляров неограничено).

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).

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).

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. - библиогр. с: С. 197-202. - ISBN 978-5-9275-0904-1, (экземпляров неограничено).

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Стратегический маркетинг (продвинутый уровень)» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент [Электронная версия]

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Стратегический маркетинг (продвинутый уровень)» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент [Электронная версия]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

2. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов — Режим доступа: <http://fcior.edu.ru>

4. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» — Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>

5. Наука о рекламе – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>

6. Законы и кодексы РФ – Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru/zakon-o-reklame>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. Профессиональная база данных Росстата — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases

2. Информационная справочная система КонсультантПлюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

3. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ — Режим доступа: <http://www.garant.ru>

4. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекции	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных

технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.