

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

СОГЛАСОВАНО
Руководитель УЛАОП


подпись Сталькина У.М.
ФИО
«31» августа 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе


подпись Церков С.Н.
ФИО
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

название дисциплины

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки Стратегический менеджмент

Квалификация магистр

Год начала подготовки по программе 2020

Форма(ы) обучения очная, заочная

Кафедра менеджмента

Руководитель
образовательной программы


подпись Горбунова О.А.
ФИО
«31» августа 2020 г.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента
/протокол заседания № 1 от 31.08.2020/

Заведующий кафедрой


подпись Горбунова О.А.
ФИО

Самара
2020

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

Планируемые результаты обучения по дисциплине/ Планируемые результаты освоения ОПОП ВО	
<i>способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2)</i>	
Знает:	Сущность, особенности, методы и принципы стратегического маркетинга, основные маркетинговые стратегии, стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга.
Умеет:	Выбирать и использовать современные методы и инструменты исследований рыночных параметров для разработки стратегии маркетинга.
Владеет:	Навыками разработки маркетинговой стратегии, подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений с целью разработки программ организационного развития и изменений.
<i>способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9)</i>	
Знает:	Сущность, особенности, методы и принципы стратегического маркетинга, основные маркетинговые стратегии, стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга.
Умеет:	Выбирать и использовать современные методы и инструменты исследований рыночных параметров для проведения исследований в соответствии с тематикой и программой исследований.
Владеет:	Навыками исследования рыночных параметров и социально-экономических процессов в области функционирования организаций. Навыками анализа и содержательной интерпретации полученных результатов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Индекс дисциплины по учебному плану	Курс, семестр изучения дисциплины (очная / заочная форма обучения)
Б1.Б	
Б1.В.ОД.6	2 курс, 3 семестр/ 2 курс, 3 семестр
Б1.В.ДВ	

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Объем дисциплины,
в т.ч. контактной (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы студентов**

Виды учебной работы	Объем, часов/ЗЕТ		Распределение по семестрам* (очная/ заочная форма обучения)			
	очная форма обучения	заочная форма обучения				
Контактная работа, в т.ч.:	34	18				
Лекции (Л)	10	6				
Практические занятия (ПЗ)	24	12				
Лабораторные работы (ЛР)						
Самостоятельная работа (СР)	74	117				
Контроль – экзамен	36	9				

Виды учебной работы	Объем, часов/ЗЕТ		Распределение по семестрам*			
Итого объем дисциплины	144/4	144/4				

*Указывается, если обучение по дисциплине ведется в течение нескольких семестров

Объем дисциплины по тематическим разделам и видам учебных занятий

Наименование тематического раздела дисциплины	Количество часов (очная/ заочная форма обучения)			
	Л	ПЗ	ЛР	СР
Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента	1/-	3/-	-	9/14
Типовые маркетинговые стратегии	2/0,5	3/2	-	10/16
Базовые маркетинговые стратегии	2/0,5	3/2	-	10/17
Стратегии сегментирования и позиционирования	1/1	3/2	-	9/14
Товарные стратегии компании	1/1	3/2	-	9/14
Ценовые стратегии	1/1	3/2	-	9/14
Стратегии в области распределения	1/1	3/1	-	9/14
Коммуникационные стратегии	1/1	3/1	-	9/14
Итого:	10/6	24/12	-	74/117

Содержание тематических разделов дисциплины

Наименование раздела	Содержание раздела
Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента	Изменение приоритетной роли маркетинга. Эволюция стратегических подходов стратегического маркетинга. Роль и задачи стратегического маркетинга. Этапы планирования. Детерминанты стратегического маркетинга. Этапы разработки маркетинговой стратегии компании.
Типовые маркетинговые стратегии	Стратегические активы в системе целей долгосрочного развития предприятия. Типовые маркетинговые стратегии.
Базовые маркетинговые стратегии	Стратегия лидерства за счет экономии на издержках. Особенности стратегии лидерства за счет экономии на издержках. Стратегия дифференциации. Особенности стратегии дифференциации. Стратегия специализации. Особенности стратегии специализации. Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост
Стратегии сегментирования и позиционирования	Последовательность этапов сегментирования и позиционирования. Стратегии охвата базового рынка. Технология проведения. Сравнительный анализ сегментов рынка. Выбор стратегии охвата целевых рынков. Стратегии позиционирования, переменные дифференциации.
Товарные стратегии компании	Жизненный цикл товара. Задачи компании и соответствующие товарные стратегии. Товарные модели. Ассортиментные стратегии. Стратегии развития товара относительно инвестиционных целей и конкурентной стратегии. Инновации и разработка нового товара. Решения, связанные с управлением торговыми марками. Товар – микс, решения относительно товарных линий. Виды марочных стратегий. Оценка эффективности товарной стратегии.
Ценовые стратегии	Ценообразование в рамках комплекса маркетинг. Этапы разработки стратегии ценообразования. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию. Задачи ценообразования. Оценка ценностной конкурентоспособности и цены. Воспринимая ценность товара. Альтернативные стратегии ценообразования. Ценовое стимулирование. Механизмы контроля уровня наценок, устанавливаемых посредниками.

Наименование раздела	Содержание раздела
Стратегии в области распределения	Роль маркетинговых каналов в цепочке создания ценности. Дизайн канала сбыта. Интенсивное, селективное и эксклюзивное распределение. Варианты маркетинговых каналов. Управление каналами распределения. Развитие маркетинговых каналов.
Коммуникационные стратегии	Стратегические исследования при реализации коммуникационной стратегии. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями (ИМК). Элементы рекламной кампании и ИМК. Стратегии проталкивания и привлечения покупателей к товару. Оценка эффективности коммуникационных мероприятий.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении учебных занятий по дисциплине Университет обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей Самарской области).

Образовательные технологии

Наименование технологий	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
Проблемное обучение	Активное взаимодействие обучающихся с проблемно-представленным содержанием обучения, имеющее целью развитие познавательной способности и активности, творческой самостоятельности обучающихся.	Поисковые методы обучения, постановка познавательных задач с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Концентрированное обучение	Погружение обучающихся в определенную предметную область, возможности которого заложены в учебном плане образовательной программы посредством одновременного изучения дисциплин, имеющих выраженные междисциплинарные связи. Имеет целью повышение качества освоения определенной предметной области без увеличения трудоемкости соответствующих дисциплин.	Методы погружения, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Развивающее обучение	Обучение, ориентированное на развитие физических, познавательных и нравственных способностей обучающихся путём использования их потенциальных возможностей с учетом закономерностей данного развития. Имеет целью формирование высокой самомотивации к обучению, готовности к непрерывному обучению в течение всей жизни.	Методы вовлечения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в различные виды деятельности на основе их индивидуальных возможностей и способностей и с учетом зоны ближайшего развития.

Наименование технологии	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
Активное, интерактивное обучение	Всемерная всесторонняя активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся посредством различных форм взаимодействия с преподавателем и друг с другом. Имеет целью формирование и развитие навыков командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств, уверенности в своей успешности.	Методы социально-активного обучения с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Рефлексивное обучение	Развитие субъективного опыта и критического мышления обучающихся, осознание обучающимися «продуктов» и процессов учебной деятельности, повышение качества обучения на основе информации обратной связи, полученной от обучающихся. Имеет целью формирование способности к самопознанию, адекватному самовосприятию и готовности к саморазвитию.	Традиционные рефлексивные методы с обязательной обратной связью, преимущественно ориентированные на развитие адекватного восприятия собственных особенностей обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

Дисциплина реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Вид занятий (лекции, практические занятия, лабораторные работы и т.д.), форма промежуточной аттестации	Применяемые дистанционные образовательные технологии
Лекции	ДОТ 1 Zoom, ДОТ 4 Moodle
Практические занятия	ДОТ 1 Zoom, ДОТ 4 Moodle, ДОТ 8 работа с электронными обращениями обучающихся: рассылка заданий, проверка письменных работ
Экзамен	ДОТ 4 Moodle, ДОТ 8 работа с электронными обращениями обучающихся: рассылка заданий, проверка письменных работ

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература, в том числе:

Основная:

1. Ганаева, Е.А. Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации : учебное пособие / Е.А. Ганаева. - Москва : Флинта, 2015. - 112 с. : табл., схем. - Библи. в кн. - ISBN 978-5-9765-2156-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271818>
2. Иган Джон, Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Иган Джон ; пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с. : табл., граф., схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01321-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710>
3. Маркетинг : учебное пособие / О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова и др. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 125 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-

4475-5151-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426545>

4. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 300-305. - ISBN 978-5-4475-5240-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

5. Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

Дополнительная:

1. Гавриленко, Н.И. Маркетинг : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3635-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611>

2. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - Библиогр.: с. 614-626. - ISBN 978-5-238-02203-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>

3. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Office 2007. Договор 347 от 30.08.2007, договор 989 от 21.11.2008 с Программные технологии;

Microsoft Windows 7 Professional x64 RUS. В рамках подписки Microsoft Imagine (было Dreamspark): договор 48770/CAM3615 от 08.10.2014, акт Tr061184 от 31.10.2014; договор Tr000055182 от 16.11.2015, акт Tr061918 от 08.12.2015; договор Tr000114451 от 01.11.2016 с Софтлайн.

СДО Moodle. Среда дистанционного обучения с открытым исходным кодом (распространяется свободно).

Профессиональные базы данных:

http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/ - Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области, раздел Общая статистика

<https://www.e-xecutive.ru/management> - Сайт Сообщества менеджеров

Информационные справочные системы:

Справочно-правовая система "Консультант Плюс"

Справочно-правовая система ГАРАНТ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавателя дисциплины, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютер, звуковые колонки, интерактивная доска).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для преподавателя

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических (в т.ч. лабораторные) занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов, выполнения заданий и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с профессиональными базами данных.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий;

- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции – есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрение теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном

участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях учитываются преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя студенты, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей оценке в рамках промежуточной аттестации.

Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ОВЗ, необходимо иметь в виду, что:

- 1) инвалиды и лица с ОВЗ по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь;
- 2) инвалиды и лица с ОВЗ по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при промежуточной аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);
- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении промежуточной аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность прохождения испытания промежуточной аттестации (зачета, экзамена, и др.) обучающимся инвалидом может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи испытания, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительность подготовки обучающегося к ответу, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ОВЗ Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для прохождения промежуточной аттестации оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

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

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

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

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические указания для обучающихся

Для успешного освоения дисциплины студенты должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях, самостоятельно работать с рекомендованной литературой. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с конспектами лекций и учебником. Конспект лекций должен содержать краткое изложение основных вопросов курса. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Не нужно стремиться к дословной записи лекций. Для того чтобы выделить главное в лекции и правильно ее законспектировать, полезно заранее просмотреть уже пройденный лекционный материал, для более полного и эффективного

восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору. Прочитав свой конспект лекций, следует обратиться к материалу учебника.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Студенты получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

Работа с литературой

При изучении дисциплины студенты должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание студентам следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Данные периодические издания представлены в читальном зале Университета. Для поиска научной литературы по дисциплине студентам также следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: eLIBRARY.RU, ЭБС «Университетская библиотека Online».

При подготовке к практическому занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Качество учебной работы студентов определяется текущим контролем. Студент имеет право ознакомиться с ним.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;
- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие научно-исследовательских навыков;
- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретенные знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае, когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;
- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определенной теме и ее отдельных аспектов;

- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;
- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, выводы, список литературы, приложения,
- содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;
- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Планируемые результаты обучения по дисциплине / Планируемые результаты освоения ОПОП ВО		Показатели оценивания
<i>способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2)</i>		
Знает:	Сущность, особенности, методы и принципы стратегического маркетинга, основные маркетинговые стратегии, стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга.	Блок 1 контрольного задания выполнен корректно
Умеет:	Выбирать и использовать современные методы и инструменты исследований рыночных параметров для разработки стратегии маркетинга.	Блок 2 контрольного задания выполнен корректно
Владеет:	Навыками разработки маркетинговой стратегии, подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений с целью разработки программ организационного развития и изменений.	Блок 3 контрольного задания выполнен корректно
<i>способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9)</i>		
Знает:	Сущность, особенности, методы и принципы стратегического маркетинга, основные маркетинговые стратегии, стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга.	Блок 1 контрольного задания выполнен корректно
Умеет:	Выбирать и использовать современные методы и инструменты исследований рыночных параметров для проведения исследований в соответствии с тематикой и программой исследований.	Блок 2 контрольного задания выполнен корректно
Владеет:	Навыками исследования рыночных параметров и социально-экономических процессов в области функционирования организаций. Навыками анализа и содержательной интерпретации полученных результатов.	Блок 3 контрольного задания выполнен корректно

Типовое контрольное задание

БЛОК 1 – ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ

Выбрать ВСЕ правильные ответы (больше одного)

1.1. (ПК-2) Для распределения своих товаров компания-производитель выбрала одну розничную компанию и заключила с ней эксклюзивный дилерский договор, согласно которому розничная компания обязуется исключить из своего ассортимента товары конкурирующих марок и поддерживать определенные стандарты обслуживания. Используемая производителем стратегия товародвижения называется стратегией _____ сбыта

- а) эксклюзивного
- б) элитарного
- в) селективного
- г) широкого

1.2. (ПК-2) В теории стратегического маркетинга стратегия сбыта должна обеспечивать решение следующих задач ...

- а) своевременное выведение товара на рынок
- б) обеспечение доступности и надежного сбыта товаров
- в) сохранность и своевременность доставки товара на рынок
- г) своевременный уход товара с рынка

1.3. (ПК-2) С точки зрения теории стратегического управления в матрице (сетке) И. Ансоффа развития товара и рынка для существующих рынков могут применяться следующие стратегии ...

- а) разработка товаров
- б) диверсификация
- в) сегментирование рынка
- г) глубокое проникновение на рынок

1.4. (ПК-2) В теории стратегического маркетинга базовыми конкурентными стратегиями (по М. Портеру) являются ...

- а) диверсификация
- б) развитие рынка, развитие продукта
- в) лидерство по полным затратам
- г) дифференциация, фокусировка

1.5. (ПК-2) В практике стратегического маркетинга применение стратегии средних цен как одного из видов ценовых стратегий оправдано в следующих ситуациях ...

- а) организации рассматривают получение прибыли как долгосрочную политику
- б) организация не уверена в будущем нового товара и стабильности рынка
- в) покупатель не чувствителен к цене
- г) организации заинтересованы в стабильности деятельности

1.6. (ПК-2) В теории стратегического маркетинга стратегию неизменных цен как один из видов ценовых стратегий обычно характеризуют следующими утверждениями ...

- а) цены устанавливаются и сохраняются на протяжении длительного времени
- б) предполагает установление цен на уровне ценового лидера
- в) при росте затрат для сохранения цен изменяют состав товара, вес упаковки (расфасовки) и др.
- г) при изменении цен и объемов продаж прибыль должна сохраняться

1.7. (ПК-2) В стратегическом маркетинге применение стратегии низких цен выгодно в случаях, когда...

- а) покупатель нечувствителен к цене товара
- б) объем сегмента покупателей с низким доходом невелик
- в) спрос на товар эластичен
- г) масштабы предприятия позволяют сэкономить на издержках

1.8. (ПК-2) Согласно теории стратегического маркетинга стратегия массового маркетинга имеет следующие особенности ...

- а) возможность получения наибольшей прибыли на единицу продукции
- б) возможность создания наибольшего потенциального рынка
- в) производство продукта, предназначенного для всех покупателей одной группы
- г) производство продукта, предназначенного для всех покупателей

1.9. (ПК-2) В практике стратегического маркетинга ориентация производителя на стратегию недифференцированного маркетинга предполагает использование ...

- а) наценок за высокое качество
- б) массовых систем товародвижения

- в) прямых продаж
- г) однотипных рекламных кампаний

1.10. (ПК-2) Согласно теории стратегического маркетинга среди целевых направлений маркетинга выделяют следующие из нижеперечисленных ...

- а) развитие конкуренции
- б) повышение качества жизни
- в) максимизация текущей прибыли конкурентов
- г) обеспечение широкого выбора товаров и услуг

БЛОК 2 – ПРОВЕРКА УМЕНИЙ

2.1. (ПК-2) Согласно теории стратегического маркетинга установите соответствие между товарными стратегиями и их содержанием...

1. вариация товара	а) совершенствование, связанное с улучшенными или модифицированными товарами
2. инновация товара посредством дифференцирования	б) совершенствование, связанное с созданием новых товаров
3. инновация товара посредством диверсификации продукта	в) выведение товара с рынка как потерявшего конкурентоспособность, прекращение производства
4. элиминация	г) выведение существующего конкурентоспособного товара на новый рынок
	д) модификация существующего товара путем изменения отдельных свойств или показателей качества

2.2. (ПК-9) Установите соответствие между видами информации для проведения исследований рыночных параметров и их ролью

1. Качественная информация	а) информация, собранная ранее для решения других задач
2. Количественная информация	б) информация, позволяющая получить описание состояния исследуемых объектов
3. Вторичная информация	в) необработанные сведения, характеризующиеся избытком
	г) информация, позволяющая установить в числовых величинах сведения о состоянии исследуемых объектов

2.3. (ПК-2) Установите соответствие между методами исследований рыночных параметров и их характеристиками

1. Маркетинговые исследования	а) исследование рынка в целом и положения предприятия на нём, масштаб рынка, доля на рынке, анализ претензий потребителей и т.д.
2. Сегментирование	б) исследование с помощью расчета фактических показателей сбыта и с использованием временных рядов
3. Анализ по классам ABC	в) анализ с помощью гипотез, высказываемых ответственными сотрудниками предприятия и экспертами

2.4. (ПК-2) Предприятие оптовой торговли «Сдобри» снабжает розничную торговлю майонезом. Ее клиенты — продуктовые магазины, супермаркеты, палатки, отделы в крупных универсальных магазинах, кафе, рестораны. Фирма делает ставку на недифференцированный массовый маркетинг, но значение отдельных сегментов для «Сдобри» различно, что отражают данные таблицы. Используя инструмент ABC-анализ потребителей, определите наиболее привлекательные сегменты для «Сдобри» в целях дальнейшей разработки стратегии маркетинга. Обоснуйте значимость ABC-анализа для современной компании.

Сегмент	Потребление майонеза, %	Емкость сегмента, %
1	17	3
2	19	2
3	24	1
4	8	20
5	9	10
6	11	7
7	2	29
8	4	17
9	6	11

2.5. (ПК-9) О деятельности организации собрана информация, представленная в таблицах. Какие методы могут быть использованы для оценки рыночных параметров и разработки стратегии маркетинга? Обоснуйте актуальность каждого метода исследования.

Номер СХП	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. ед.	Емкость (размер) рынка, тыс. ед.	Продажи тыс. ед.		
			2010	2011	2012
1	785	5000	217	256	280
2	2590	5800	730	737	740
3	1180	7500	810	770	760
4	375	7400	273	350	370
5	175	2600	135	170	210

Характеристики привлекательности	Вес	Номера СХП				
		1	2	3	4	5
Размер и темп роста рынка	0,3	9	5	2	7	8
Качество рынка	0,2	9	3	3	9	8
Относительная позиция на рынке	0,35	2	2	4	5	6
Относительный потенциал производства	0,3	2	2	3	5	4
Конкурентная ситуация	0,3	8	4	2	6	9
Относительный потенциал НИОКР	0,2	3	1	2	4	6
Влияние внешней среды	0,2	10	6	4	8	7
Относительный потенциал персонала	0,15	6	5	8	9	10

БЛОК 3 – ПРОВЕРКА НАВЫКОВ

3.1. Ознакомьтесь с ситуацией и ответьте на поставленные вопросы (**время выполнения 20 минут**).

Маркетинговая стратегия страховой компании

В 2009 г. российский рынок страхования столкнулся не только с финансовым кризисом, но и с кризисом сложившейся системы. В результате, в первом полугодии 2009 г. по сравнению с первым полугодием 2008г. совокупный объем страховых премий без учета платежей по обязательному медицинскому страхованию (ОМС) упал на 8,1%. Однако произошедшие в российском страховании качественные изменения важнее и опаснее, чем количественные.

1. На страховом рынке возникают финансовые пирамиды - демпингующие компании, осуществляющие выплаты за счет страховой премии, собираемой с новых клиентов. Неминуемый уход таких игроков с рынка приведет к кризису доверия к страховым компаниям, еще большему падению добровольного спроса на страхование.

2. Финансовый кризис способствует ускорению процессов слияний и поглощений на рынке. Ведущие страховщики, которые не испытывают масштабных проблем с ликвидностью, продолжают расширяться, поглощая мелких и средних страховщиков с устойчивым портфелем.

3. В разрезе видов страхования лидерами падения являются кредитное КАСКО и ипотечное страхование. Наибольшие объемы падения спроса на страховые услуги отмечаются по видам, еще недавно выступавшим локомотивами отрасли: по автострахованию, по добровольному медицинскому страхованию, по страхованию от несчастных случаев.

4. В территориальном разрезе впервые после нескольких лет снижения доля Москвы в общем объеме собранной по стране страховой премии выросла с 40,9% в первом полугодии 2008г. до 47,4% в первом полугодии 2009 г. К сожалению, для большинства российских компаний страхование - это не инструмент грамотного управления своими рисками, а лишь статья расходов. Во время кризиса зачастую расходы на страхование сокращаются как «ненужные». Особенно это распространено в регионах. В тяжелом положении оказываются как местные региональные страховщики, дальнейшее сокращение числа которых можно прогнозировать, так и филиалы московских страховых организаций.

5. Ситуация с убыточностью на страховом рынке ужасающая. По итогам первого полугодия 2009 г. усредненное значение комбинированного коэффициента убыточности страхового портфеля российских страховщиков составило 99,6%.

Впрочем, кризис, может означать и возможности для развития. У российских страховщиков есть возможность сократить издержки, уменьшить агентские комиссии, выйти из убыточных непрофильных сегментов бизнеса и тем самым значительно повысить рентабельность операций. По мнению экспертов для того, чтобы удержаться на рынке компаниям необходимо не столько демпинговать, сколько усиливать сервисную составляющую, вырабатывать новый антикризисный продукт.

На рынке страховых услуг Приволжского федерального округа работают 76 страховых компаний. Среди них «Региональная страховая компания», имеющая сеть филиалов в большинстве субъектов данного округа. Основным видом страхования данной компании является автострахование: обязательное и добровольное. Несмотря на неблагоприятную ситуацию на рынке, руководство компании планирует отказаться от слияния с федеральной компанией и сохранить бизнес.

Задания

1. Перечислите основные угрозы рынка, воздействующие на «Региональную страховую компанию». Обоснуйте актуальность и значимость проведенного исследования. (ПК-2)
2. На основе матрицы Ансоффа определите стратегию развития компании. Дайте интерпретацию полученных результатов. (ПК-9)
3. Разработайте основные положения стратегического маркетингового плана компании на ближайшие пять лет. (ПК-9)

Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения по дисциплине, характеризующих сформированность компетенции проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

Предоставление студентам контрольных заданий, а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т.п.);

Фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

Контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных Положением о промежуточной аттестации обучающихся и контрольным заданием (при наличии);

Контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

Восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания, представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием.

Оценка проводится по каждому блоку контрольного задания по 100-балльной шкале.

Подведение итогов оценки компетенции и результатов обучения по дисциплине с использованием формулы оценки результата промежуточной аттестации и шкалы интерпретации результата промежуточной аттестации.

Оценка результата промежуточной аттестации выполняется с использованием формулы:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{3},$$

где P_i – оценка каждого блока контрольного задания, в баллах

**Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации
(сформированности компетенций и результатов обучения по дисциплине)**

Результат промежуточной аттестации (P)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
От 0 до 36	Не сформирована.	Неудовлетворительно (не зачтено)	F (не зачтено)
«Безусловно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит грубые ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося знаний, умений и навыков по дисциплине, необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции.			
От 37 до 49	Уровень владения компетенцией недостаточен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Неудовлетворительно (не зачтено)	FX (не зачтено)
«Условно неудовлетворительно» контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, значительная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на недостаточный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, необходимыми для решения профессиональных задач, соответствующих компетенции.			
От 50 до 59	Уровень владения компетенцией посредственен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	E (зачтено)
«Посредственно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, большая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 60 до 69	Уровень владения компетенцией удовлетворителен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	D (зачтено)
«Удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 60%, меньшая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			

Результат промежуточной аттестации (<i>P</i>)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
От 70 до 89	Уровень владения компетенцией преимущественно высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Хорошо (зачтено)	C (зачтено)
«Хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи.			
От 90 до 94	Уровень владения компетенцией высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Отлично (зачтено)	B (зачтено)
«Отлично»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания содержат одну-две незначительные ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.			
От 95 до 100	Уровень владения компетенцией превосходный для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Отлично (зачтено)	A (зачтено)
«Превосходно»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания не содержат ошибок и технических погрешностей, указывают как на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, позволяют сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности, способности разрабатывать новые решения.			