

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

« 30 » 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.01	Стратегический маркетинг
<i>(Индекс дисциплины)</i>	<i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: <input type="text" value="55"/>	Экономики и финансов
<i>Код</i>	<i>Наименование кафедры</i>
Направление подготовки: <u>38.03.02- Менеджмент</u>	
Профиль подготовки: <u>Маркетинг</u>	
Уровень образования: <u>бакалавриат</u>	

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	72	72
	Аудиторные занятия	35	20
	Лекции	21	8
	Лабораторные занятия	-	-
	Практические занятия	14	12
	Самостоятельная работа	37	48
	Промежуточная аттестация		4
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	-	-
	Зачет с оценкой	8	9
	Контрольная работа	-	-
	Курсовой проект (работа)	8	9
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		2	2

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная								2				
Заочная								0,5	1,5			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки

на основании учебных планов № 1/1/676, 1/3/678

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Развить компетенции обучающегося в области анализа возможностей предприятия на рынке, в разработке и формулировке планов и осуществлении маркетинговых мероприятий, ориентированных на снижение рыночного риска, обеспечение длительного и устойчивого развития предприятия

1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть маркетинговые стратегии на предприятии.
- Рассмотреть основные направления конкуренции.
- Определить инструментарий, используемый для стратегического планирования.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	первый
Планируемые результаты обучения		
Знать: - теорию принятия маркетинговых решений на стратегическом уровне управления предприятием; Уметь: - использует современные технологии, методические приемы и процедуры принятия маркетинговых решений; Владеть: - Навыками оценки маркетинговых стратегий деятельности предприятия.		
ПК-5	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	первый
Планируемые результаты обучения		
Знать: основные теоретические и методологические положения выбора стратегии управления на уровне отдельных рынков и товаров; Уметь: - использовать современные технологии, методические приемы и процедуры принятия маркетинговых решений; Владеть: - Навыками экономического, социологического, информационного обоснования принимаемых стратегических маркетинговых решений;		
ПК-7	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;	первый
Планируемые результаты обучения		
Знать: - особенности составления бизнес-плана и основные методы контроля за выполнением поставленных задач Уметь:		

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
<p>- осуществлять контроль за исполнением договоров и соглашений при помощи методического инструментария функционального менеджмента</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками стратегического маркетингового анализа для достижения высоких результатов при планировании и реализации инновационных проектов</p>		
ПК-18	владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);	первый
<p>Планируемые результаты обучения</p> <p>Знать: - правовые основы создания и ведения бизнеса</p> <p>Уметь: - взаимодействовать с государственными надзорными органами (ФАС, ФНС, ПФР)</p> <p>Владеть: - навыками создания и коммерциализации инновационных разработок и продуктов и внедрения их в гражданский оборот</p>		
ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;	первый
<p>Планируемые результаты обучения</p> <p>Знать: - методы и механизмы управления инновационными проектами (например SCRUM)</p> <p>Уметь: - делегировать второстепенные задачи другим участникам бизнес-проекта</p> <p>Владеть: - пакетом прикладных компьютерных программ, которые позволяют значительно упростить синхронизацию бизнес-процессов (интеллектуальные карты, диаграмма Ганта и тд)</p>		
ПК-20	владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур .	первый
<p>Планируемые результаты обучения</p> <p>Знать: - нормативы и государственные стандарты составления и ведения распорядительных документов</p> <p>Уметь: - использовать компьютерные технологии и электронный документооборот</p> <p>Владеть: - навыками деловых коммуникаций ,а также инновационными методами управления персоналом</p>		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Стратегический менеджмент (ПК-3)
- Управление маркетингом (ПК-5)
- Ценообразование (ПК-3)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Механизм разработки маркетинговой стратегии		
Тема 1. Маркетинговые стратегии на предприятии. Факторы воздействия внешней среды. Структура и последовательность разработки стратегической маркетинговой программы промышленного предприятия.	5	8
Тема 2. Основные направления конкуренции и их влияние на положение предприятия на рынке. Факторы, обеспечивающие предприятию дополнительное конкурентное преимущество за счет реализации эффективной маркетинговой деятельности.	5	5
Тема 3. Инструментарий, используемый для стратегического планирования. Бостонская матрица, «Пять сил Портера», Матрица Ансоффа, SWOT-анализ, продуктово - рыночная матрица (ПР).	5	5
Текущий контроль 1 (Тестирование)	2	

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 2. Маркетинговые методы конкурентной борьбы		
Тема 4. Диагностика конкурентной позиции фирмы Типология конкуренций на рынке. Виды конкуренции. Измерение агрессивности конкурентной среды. Конкуренция продуктов, технологий, технических стратегий, маркетинга	4	6
Тема 5. Типы конкурентных стратегий компании Управление издержками в условиях ценовой конкуренции. Нижний порог ценовых войн. Стратегии дискаунтеров. Метод стратегических групп при анализе конкуренции. Сбор и анализ информации о конкурентах (конкурентная разведка).	5	5
Тема 6. Выбор стратегии конкурентной борьбы и оценка возможной реакции конкурентов Поведение на рынке в зависимости от занимаемого места. Управление бизнес-процессами как элемент разработки устойчивого конкурентного преимущества. Методы защиты доли рынка и методы защиты имиджа фирмы	5	9
Текущий контроль 2 (Тестирование)	2	
Промежуточная аттестация по дисциплине (курсовой проект)	30	30
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет с оценкой)	9	4
ВСЕГО:	72	72

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	8	4	9	2
2	8	4	9	2
3	8	4	10	2
4	8	3	10	2
5	8	3	10	2
6	8	3	10	2
ВСЕГО:		21		12

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Практические и семинарские занятия	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Маркетинговые стратегии на предприятии	2	1	10	2
2	Основные направления конкуренции и их влияние на положение предприятия на рынке	2	4	10	2
3	Инструментарий, используемый для стратегического планирования	2	4	10	1
4	Диагностика конкурентной позиции фирмы	2	4	10	1
5	Типы конкурентных стратегий компании	2	4	10	1
6	Выбор стратегии конкурентной борьбы и оценка возможной реакции конкурентов	2	4	10	1

Номера изучаемых тем	Практические и семинарские занятия	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
ВСЕГО:			21		8

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1. Цели и задачи курсового проекта

Цель курсового проектирования – развитие самостоятельности, творческой активности обучающегося, умения обобщать и анализировать материал.

Задачи курсового проекта:

- углубление теоретических знаний по актуальным экономическим проблемам
- получение навыков применения теоретических знаний в решении практических задач

4.2. Тематика курсовой работы

1. Анализ возможностей и угроз в маркетинговой среде.
2. Внешний анализ и его составляющие в ходе стратегического управления рынком организации.
3. Анализ непосредственного окружения в ходе стратегического управления рынком организации.
4. Методы анализа среды.
5. Привлекательность отрасли и конкурентная борьба.
6. Факторы, характеризующие состояние отрасли.
7. Маркетинговые стратегии для различных этапов существования рынка.
8. Стратегические цели и задачи на различных этапах ЖЦТ.
9. Формирование маркетингово-ориентированной организации.
10. Стратегическая оценка и контроль.
11. Оценка тенденций развития рынка.
12. Методы оценки конкурентоспособности организации.
13. Устойчивые конкурентные преимущества.
14. Стратегия создания конкурентных преимуществ.
15. Глобальные направления маркетинговой стратегии.
16. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от доли на рынке, рыночного спроса, товарной политики.
17. Сущность стратегически ориентированного маркетингового исследования.
18. Сущность и история развития бенчмаркинга.
19. Сущность стратегии международного маркетинга.
20. Особенности комплекса маркетинга на зарубежных рынках.

4.3. Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы

Курсовая работа должна состоять из реферата, введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников и приложений (по необходимости).

Введение должно кратко характеризовать современное состояние научной проблемы, которой посвящена работа, а также ее цель и задачи. Во введении следует четко сформулировать, в чем заключаются новизна и актуальность работы, обозначить объект, предмет исследования и предполагаемые результаты работы.

Первая глава работы – теоретическая. В данном разделе необходимо провести обзор отечественных и зарубежных литературных источников, отражающих современный уровень состояния рассматриваемой проблемы, показать различные точки зрения на проблему, степень изученности теоретических, практических, дискуссионных вопросов, высказать и обосновать собственную точку зрения.

Вторая глава – практическая, должна содержать характеристику, анализ и оценку конкретного объекта исследования (товара/услуги, предприятия/организации или рынка/отрасли). Здесь автор анализирует конкретные данные по изучаемому объекту. Обязательным является проведение экономико-статистического анализа исследуемой темы.

При написании этого раздела студент всесторонне применяет и использует различные методы изучения, анализа и синтеза рассматриваемой проблемы в практическом разрезе. Данные второго раздела должны подтверждать рассмотренные в первом разделе теоретические положения. Так же во второй главе

курсовой работы студенту необходимо разработать предложения по совершенствованию процессов или отдельных видов деятельности в организации, обосновать эффективность предлагаемых решений и направлений развития. Изложенный материал необходимо проиллюстрировать таблицами, графиками, диаграммами, составленными на основе данных предприятия или взятых из использованных источников на основании собственных исследований.

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполнений курсовой работы или отдельных ее этапов, оценку полноты решений поставленных задач.

Работа завершается списком использованных источников. В список использованных источников (их должно быть не менее 20) включается вся литература, с которой студент ознакомился при подготовке курсовой работы. Не допускается к защите работа, в списке использованных источников которой представлена литература старше 5 лет.

В приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполненной работой, которые по каким-либо причинам не могут быть приведены в основной части: – таблицы вспомогательных цифровых данных; – инструкции, методики, разработанные в процессе выполнения работы; – иллюстрации вспомогательного характера.

Объем курсовой работы составляет 30-45 страниц. Работа оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к курсовым проектам.

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1,2	Тестирование	8	2	10	2		

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	8	20	10	14	9	14
Подготовка к практическим (семинарским) и лабораторным занятиям	8	7	10	20	10	24
Выполнение домашних заданий		10	10	10	10	10
Выполнение курсовых проектов (работ)	8	30	10	30	10	30
Подготовка к зачету с оценкой	8	9	10	9	10	4
ВСЕГО						
:		76		83		82

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Разбор конкретных ситуаций профессиональной деятельности, лекция-диалог, лекция-визуализация, презентация.	10	7	6
Практические и семинарские занятия	Кейс, ситуационная задача, деловая игра, викторина.	11	7	6

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
ВСЕГО:		21	14	12

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и активная работа на практических занятиях, ответы на вопросы устного собеседования, подготовка и представление в срок доклада	30	<ul style="list-style-type: none"> • 2 балла за каждое посещение лекционных занятий (всего 21 занятие), максимум 42 балла • 2 балла за работу на практических занятиях (всего 14 занятий в семестре) – максимум 28 балла • 2 балла за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования на занятиях (всего 5 вопросов в семестре), максимум 10 баллов • 20 балла за выполнение доклада на практическом занятии (1 доклад в семестре)
2	Выполнение текущего контроля	30	<ul style="list-style-type: none"> • 2 тестирования в семестре (50 баллов за каждое – максимум 100 баллов)
4	Сдача зачёта с оценкой	40	<ul style="list-style-type: none"> - Ответ на 2 теоретических вопроса (полнота, владение терминологией, затраченное время) – 30 баллов за каждый ответ – максимум 60 баллов - Решение практического задания - максимум 40 баллов
Итого (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
40 – 50		
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

- а) основная учебная литература
1. Лужнова Н.В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Н.В. Лужнова, О.М. Калиева, М.С. Мантрова— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 247 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61409.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ И.В. Котляревская— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015.— 244 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68479.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Б) дополнительная литература

3. Генри Минцберг Стратегическое сафари [Электронный ресурс]: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента/ Минцберг Генри, Альстранд Брюс, Лампель Жозеф— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 365 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41430.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 283 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796.html>.— ЭБС «IPRbooks»

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

1. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю.
2. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступ http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю.

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

1. <http://www.iprbooks.shop.ru> - Электронная библиотека по всем отраслям знаний, в полном объеме соответствующая требованиям законодательства РФ в сфере образования. В базе содержится более 15000 изданий – это учебники монографии, журналы по различным направлениям подготовки специалистов высшей школы, другая учебная литература.
2. <http://www.publish.sutd.ru> - Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД. Содержит полнотекстовые версии монографий, учебников, учебных пособий, методических указаний, сборники трудов преподавателей и сотрудников университета. В среде реализован многокритериальный поиск данных. В базу включены издания, начиная с 2007 года.

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Материалы Информационно-образовательной среды заочной формы обучения СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: http://sutd.ru/studentam/extramural_student
2. Office 2016,
3. Microsoft Windows 10.

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

1. Стандартно оборудованная аудитория.
2. Видеопроектор с экраном.
3. Ноутбук.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрено

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике. Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ: <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины; • конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. • проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.
Практические занятия	На практических занятиях разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах, закрепление теоретического материала, разработка плана действий ориентированных на намеченный результат, учет точки зрения других специалистов на рассматриваемую проблему при принятии окончательного решения посредством кейсового метода. Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ: <ul style="list-style-type: none"> • работа с конспектом лекций; • подготовка ответов к тестовым заданиям; • просмотр видеоматериала по теме 8, решение задач по алгоритму, решение кейсов и др.
Лабораторные занятия	Не предусмотрены
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа направлена на расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; подготовки к текущему контролю по дисциплине, а также подготовки к экзамену. Самостоятельная работа выполняется индивидуально. При подготовке к зачёту с оценкой необходимо ознакомиться с типовыми вопросами тестовых заданий по предмету, проработать конспекты лекций и практических (семинарских) занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя. Подготовка к практическим занятиям требует существенных усилий от 3 и более часов, поэтому следует правильно распределять свое рабочее время.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-3/первый	Характеризует значение и функции стратегического маркетинга в деятельности предприятия	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (23 вопроса)
	обосновывает выбор маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение	Практическое задание	Практические типовые задания (5

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
	конкурентоспособности		заданий)
	Разрабатывает рекомендации в области стратегического маркетинга с целью эффективного функционирования предприятия	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
ПК-5/первый	Описывает макроэкономические и микроэкономические аспекты, а также тенденции развития между функциональными стратегиями организаций с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (23 вопроса)
	Предлагает алгоритм принятия стратегических маркетинговых решений	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
	Анализирует и обосновывает выбор стратегических маркетинговых решений с целью обеспечения эффективного функционирования предприятия	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
ПК-7/первый	Описывает основные разделы бизнес-плана и виды контроля за выполнением поставленных руководством задач	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (23 вопроса)
	Предлагает решения по оптимизации издержек внутри команды бизнес проекта	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
	Анализирует результаты финансовый эффект от внедрения новой бизнес-проекта	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
ПК-18/первый	Оценивает результаты исполнения инновационного проекта при помощи ключевых показателей эффективности	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (23 вопроса)
	Обосновывает целесообразность создания и реализации инновационного продукта	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
	Разрабатывает мероприятия по контролю и совершенствованию процессов управления проектом	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
ПК-19/первый	Характеризует и описывает полномочия каждого члена команды, реализующей инновационные продукты на рынок	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (23 вопроса)
	Обосновывает необходимость использования современных подходов к управлению проектами	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
	Разрабатывает дорожную карту бизнес проекта с её последующем внедрением	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
ПК-20/первый	Характеризует эффективность внедрения электронного документооборота	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (23 вопроса)
	Предлагает пошаговый алгоритм проведения мероприятий по цифровизации бизнеса и перехода на электронную технологическую платформу	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
	Анализирует возможные негативные последствия и издержки при внедрении цифровой платформы	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Курсовая работа
86 - 100	5 (отлично)	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Курсовая работа выполнена в срок, качественно и на высоком уровне. Содержание курсовой работы раскрыто полностью. Рекомендации имеют практическую значимость. Обучающийся показал при этом высокий уровень профессиональной компетентности, а также проявил в работе самостоятельность, творческий подход. Курсовая работа оформлена в соответствии с требованиями ГОСТа. Презентация выполнена качественно. На защите продемонстрировал разносторонние знания по содержанию курсовой работы.</p>
75 – 85	4 (хорошо)	<p>Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Обучающийся выполнил работу в срок. Содержание курсовой работы раскрыто. Однако расчеты, таблицы и рисунки содержит отдельные недочеты, связанные с глубиной анализа материала; работа не имеет серьезных замечаний. При этом обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск. На защите продемонстрировал уверенные знания материала, предусмотренные содержанием курсовой работы. В работе и при ответе допущены незначительные ошибки.</p>
61 – 74		<p>Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	
51 - 60	3 (удовлетворительно)	<p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Обучающийся выполнил курсовую работу, но предоставил ее не в срок и с ошибками, в ходе выполнения обнаружил недостаточную развитость основных навыков, не проявил инициативу в работе, не показал умений применять полученные знания по предмету, допускал ошибки в постановке и решении задач. На защите продемонстрировал знание основных положений содержания курсовой работы, но дал ответ не полный, без теоретического обоснования.</p>
40 – 50		<p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом –</p>	

		существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных содержанием курсовой работы заданий или содержание работы полностью не соответствует заданию, не знаком с рекомендованной литературой, не может исправить допущенные ошибки. Представление чужой работы, либо отказ от представления работы.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов к зачёту с оценкой, разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

1. Сущность планирования в маркетинге.
2. Операционный и стратегический маркетинг: особенности и взаимосвязь.
3. Стратегический маркетинг. Основные положения.
4. Роль стратегического маркетинга в повышении конкурентоспособности предприятий.
5. Элементы и инструменты стратегического маркетинга.
6. Информация для стратегического маркетинга.
7. Стратегическая служба: взаимодействие с подразделениями предприятия.
8. Миссия и цели предприятия. Особенности выбора и значение.
9. Сегментация рынка. Основные виды и методы.
10. Позиционирование товара.
11. Стратегии охвата рынка
12. Анализ отраслевой конкуренции. Модель Портера и карты стратегических групп.
13. SWOT-анализ. Оценка конкурентоспособности
14. Матричные методы анализа.
15. Виды маркетинговых стратегий фирмы.
16. Marketing Mix: место в стратегическом маркетинге
17. Стратегическая пирамида: мероприятия и ответственные.
18. Особенности составляющих товарных стратегий
19. Марочные стратегии: сильные и слабые стороны
20. Стратегии ценообразования. Порядок расчета исходной цены.
21. Стратегии размещения рекламы.
22. План маркетинга: цели и состав.
23. Бюджет маркетинга. Роль целевой прибыли

Вариант типовых заданий (задач), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	Какое решение принять по выбору канала распределения по критерию эффективности?	Необходимо рассчитать отдачу капиталовложений. 1) канал нулевого уровня: 200%;

	<p>Выбор из трёх альтернатив:</p> <p>1) канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 млн. руб., издержки обращения 100 млн.руб., прибыль от реализации товара - 500 млн.руб.;</p> <p>2) одноуровневый канал (прямые связи с использованием посредника - розничной торговли): издержки обращения - 60 млн., прибыль - 30 млн.;</p> <p>3) двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения - 40млн., прибыль - 120млн.</p>	<p>2) одноуровневый канал: 50%;</p> <p>3) двухуровневый канал: 300%.</p> <p>Следовательно, двухуровневый канал более эффективный, так как отдача от вложения капитала самая высокая.</p>
2	<p>Средняя прибыль торговой организации «Мой дом» за неделю составляла 546 700 руб. Для активизации интереса потребителей к товару компании «Мой дом» разработаны три презентационные акции, средняя стоимость каждой 12 400 руб. После данных акций средняя прибыль в неделю увеличилась на 58 300 руб. Рассчитайте эффективность презентационных мероприятий.</p>	<p>Эффективность составила 103,9%</p>
3	<p>Деловая игра: «Генерация идей с помощью эвристического метода «635».</p> <p>Группа из шести участников анализирует и формулирует заданную (проблемную) ситуацию. Каждый участник заносит в формуляр три предложения по решению задачи (в течение 5 мин) Затем по часовой стрелке листки с их мнениями передаются соседу. Заполняющий формуляр принимает к сведению предложения своего предшественника, дополняет их (или аргументировать невозможность использования) и под ними в трех полях вносит еще три собственных предложения. Эти предложения могут использоваться в дальнейшей разработке записанных решений, но могут выдвигаться новые. Процесс заканчивается, когда участники обработали все формуляры. Следующие полчаса даются на обсуждение, дополнение и выбор наилучших вариантов.</p> <p>Проблемная ситуация: «Зимой в Петербурге гостиничный и туристический бизнес традиционно испытывают спад. Брэнд города, ассоциирующийся, прежде всего с белыми ночами, привлекает туристов в июне-июле. С другой стороны, туроператоры и гостиницы до недавних пор не могли выработать общую стратегию по привлечению иностранцев в несезонное время. Как могли поступить игроки рынка, для того чтобы увеличить приток туристов зимой?»</p>	<p>Возможный вариант ответа.</p> <p>В зимнее время необходимо привлекать тех иностранных туристов, которые не могут себе позволить приехать в наш город в сезон белых ночей по причине высокой стоимости туров, а именно пенсионеров и молодежь: две группы, которые являются в западных странах наиболее активно путешествующими категориями населения. Акцент необходимо сделать на культурной составляющей образа Петербурга — экскурсионная программа по музеям Петербурга и пригородов (Русский музей, Эрмитаж, Екатерининский дворец), посещение театров и концертных залов (Мариинский театр, Филармония). Что же касается непосредственно методов привлечения туристов, то в первую очередь необходимо проинформировать иностранные туристические фирмы и потенциальных туристов о возможности посещения Петербурга в осенне-зимний период и о выгодах, связанных с этим (возможность ознакомиться с коллекциями крупнейших мировых музеев и побывать в театрах при вполне доступной стоимости тура). Для этого на первом этапе достаточно устроить серию конференций, пригласить на них представителей западных туристических фирм и продемонстрировать им данный продукт (тур). Естественно, при этом нужно постараться разрушить представление о криминальности Петербурга и разрухе, царящей в России, обеспечив туристическим агентам приемлемый уровень сервиса. В перспективе необходимо разработать и реализовать масштабную программу продвижения Петербурга на мировом туристическом рынке как города, в котором интересно побывать в любое время года.</p>
4	<p>Определите, какой метод формирования бюджета соответствует приведенной ситуации.</p> <p>Расходы фирмы на маркетинг составляют 20% от объема сбыта. Объем сбыта в будущем году прогнозируется в размере 10 млн. рублей. При этом бюджет маркетинга составит 2 млн. рублей.</p>	<p>метод формирования бюджета: процент от объема продаж</p>
5	<p>Банк планирует освоить новый региональный рынок, емкость которого — 200 тыс. домохозяйств.</p>	<p>Бюджет примененной банком программы 400000 руб.</p>

<p>Поставлена цель завоевать 2% потенциального рынка. В рамках программы стимулирования банк разослал почтовые сообщения о своих тарифах каждой десятой семье. По расчетам экспертов, 5% контактной аудитории банка заключают с ним договор. Стоимость одного контакта составляет 20 руб. Определите бюджет примененной банком программы стимулирования и ответьте на вопрос, достаточная ли часть целевой аудитории охвачена данной программой.</p>	<p>Недостаточная часть целевой аудитории охвачена программой. Поскольку была заявлена цель завоевать 4000 домохозяйств, а в результате реализованной программы клиентами станут только 1000 домохозяйств.</p>
--	---

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

**В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение*

10.3.3. Особенности проведения (зачета с оценкой)

Время на заполнение ответов тестовых вопросов 1 час. Проверка и сообщение результатов в течение 30 минут, после сдачи студентами бланка с ответами на вопросы теста, который включает теоретические вопросы, расчетные задачи, ситуационную задачу и кейс.