



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный технический университет»

Факультет послевузовского образования

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Маркетинговые стратегии

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и финансы производственных систем**

Учебный план Направление 38.04.02 Менеджмент
программа "Аналитический маркетинг"

Профиль

Квалификация **магистр**

Срок обучения **2 года 6 месяцев**

Ускоренное обучение **На базе ВО**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: зачеты 4

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	4(2.2)		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	12	12	12	12
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12.25	12.25	12.25	12.25
Сам. работа	95.75	95.75	95.75	95.75
Часы на контроль	0	0	0	0
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	108	108	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент Борискина Татьяна Борисовна ксоцн

Рецензент(ы):

(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Маркетинговые стратегии

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

Направление 38.04.02 Менеджмент
программа "Аналитический маркетинг"

Профиль:

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Менеджмент и финансы производственных систем

номер протокола 2021 г.
Зав. кафедрой Сазонов Сергей Петрович

СОГЛАСОВАНО:

Факультет послевузовского образования
Председатель НМС Гурулев Д.Н.

Протокол заседания НМС от
г. №

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

Утверждена рабочая программа дисциплины (модуля, практики) деканом

Факультет послевузовского образования

Гурулев Д.Н.

г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Цель дисциплины: сформировать у студентов знание теоретических и методологических основ стратегического менеджмента, развить практические навыки принятия стратегических решений, в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды, умения находить альтернативные варианты в условиях неопределенности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Организация и проведение прикладных маркетинговых исследований
2.1.2	Оценка эффективности маркетинговых проектов
2.1.3	Управление проектами
2.1.4	Управление развитием организации
2.1.5	Предпринимательский менеджмент
2.1.6	Стратегический анализ
2.1.7	Технологическое предпринимательство
2.1.8	Современные проблемы менеджмента
2.1.9	Технологии эффективного управления
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика: Преддипломная практика
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)	
ПК-2: способен реализовывать рекламные кампании, управлять нематериальными активами, разрабатывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров и услуг	
<i>ПК-2.1: формирует политику организации по управлению брендами, определяет их потенциальную стоимость, знает законодательство в сфере защиты интеллектуальной собственности</i>	
Результаты обучения: знает принципы стратегического управления и может использовать их формирования маркетинговых стратегий, знает принципы оценки стоимости бренда и использует инструменты защиты интеллектуальной собственности	
<i>ПК-2.2: способен сформировать комплекс коммуникаций по привлечению новых потребителей, способен выбирать необходимые управленческие и маркетинговые методы для реализации намеченных целей</i>	
Результаты обучения: разрабатывает план реализации стратегии, способен формировать комплекс коммуникаций в рамках маркетинговых стратегий, оценивает перспективы развития организации и рынка	
<i>ПК-2.3: определяет критерии эффективности рекламных кампаний и рассчитывает их бюджет, использует необходимое программное обеспечение для статистической обработки маркетинговой информации</i>	
Результаты обучения: определяет критерии эффективности рекламных кампаний, определяет бюджет, использует статистическую обработку информации	
ПК-3: Способен оценивать, прогнозировать риски и организовывать процессы управления ими в организации	
<i>ПК-3.1: Умеет грамотно выбирать и применять инструменты и методы выявления и анализа рисков, оценивать риски маркетинговых проектов</i>	
Результаты обучения: знает моделирование и технологии стратегического планирования в условиях неопределенности;	
<i>ПК-3.2: Использует необходимое программное обеспечение для оценки рисков</i>	
Результаты обучения: умеет идентифицировать значимые системные риски;	
<i>ПК-3.3: Понимает важность совершенствования системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений</i>	
Результаты обучения: владеет применением выявленных потенциалов, зависимостей и рисков развития системы для выработки стратегических рекомендаций;	