

Некоммерческое партнерство  
«ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»  
(НП «ИНО»)

**УТВЕРЖДЕНА**  
Решением Ученого совета  
Протокол № 12/03  
от 31/08/2015 г



**Программа  
дополнительного образования  
(курсовой подготовки)**

дисциплины

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ**

По направлению «Маркетинг»

Тула 2015

## **Цели и задачи дисциплины**

Курс «Стратегический маркетинг» является важным элементом процесса подготовки квалифицированных специалистов, владеющих знаниями в области стратегического управления маркетинговой деятельностью.

**Цель курса** «Стратегический маркетинг» заключается в формировании у слушателей прочных теоретических знаний и практических навыков управления конкурентоспособностью товаров и услуг как необходимого условия устойчивого развития и сохранения конкурентоспособности организации в долгосрочной перспективе.

**Главная задача курса** – дать слушателям ясное представление о сущности и организации работ по стратегическому маркетингу, методах разработки, оценки и повышения качества конкурентных стратегий, что будет способствовать в дальнейшем принятию эффективных управленческих решений.

**Предметом изучения курса** «Стратегический маркетинг» являются принципы и методы управления конкурентоспособностью в условиях нестабильности и неопределенности внешней среды.

### **1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина является обязательной для изучения.

Дисциплина входит в блок дисциплин специализации. Слушателям для освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» требуются знания по следующим дисциплинам:

1. Основы менеджмента
2. Экономическая теория
3. Маркетинг
4. Стратегический менеджмент и др.

Дисциплина «Стратегический маркетинг» взаимосвязана с другими образовательными компонентами подготовки специалистов, такими как:

1. Менеджмент предприятий и организаций
2. Методы стратегического анализа
3. Теория и практика конкуренции и др.

### **2. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины слушатели должны:

***знать***

- Основные этапы стратегического управления;
- Связь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга.
- Базовые стратегии, стратегии роста, стратегии конкуренции, стратегии международного развития, операционные стратегии маркетинга;
- Матричные методы анализа корпоративного портфеля;
- Принципы разработки и реализации стратегий маркетинга.

***уметь***

- Проводить анализ положения фирмы в отрасли и стоящих перед ней проблем;
- Применять концепции и методики проведения анализа текущего состояния фирмы.
- Обосновать выбранную стратегию;

- Использовать научные методы принятия решения при выборе стратегии из нескольких альтернатив.

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Содержанием дисциплины предусмотрено проведение преподавателем лекций, практических занятий, выполнение слушателем самостоятельной работы.

Объем и виды учебной работы представлены в учебном плане.

Содержание по видам учебной работы определяется методическими рекомендациями, включенными в учебно-методический комплекс по дисциплине.

Вид учебной работы	Всего (часов)
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>18</b>
В том числе:	
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>12</b>
В том числе:	
Лекции	6
Практические занятия	6
Контрольная работа	2
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>4</b>
Вид промежуточной аттестации	-

## Учебный план изучения дисциплины

№ п/п	Название разделов и тем, форма контроля	Всего (часов)	В том числе			
			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа студентов
			лекции	практические занятия	контроль самостоятельной работы	
1.	Тема 1. Сущность, основные понятия стратегического менеджмента и стратегического маркетинга	1	0,5	0,5		
2.	Тема 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией	1	0,5	0,5		
3.	Тема 3. Портфельный анализ.	1	0,5	0,5		
4.	Тема 4. Базовые стратегии развития.	1	0,5	0,5		
5.	Тема 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).	3	1	1		1
6.	Тема 6. Конкурентные стратегии.	3	1	1		1
7.	Тема 7. Операционные стратегии маркетинга	3	1	1		1
8.	Тема 8. Выбор стратегии и пути ее реализации.	3	1	1		1
9.	Контрольная работа	2			2	
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

## 1. Содержание дисциплины

### **Тема 1. Сущность, основные понятия стратегического маркетинга.**

Предпосылки возникновения стратегического менеджмента и стратегического маркетинга. Маркетинг в условиях турбулентности. Ограничения концепции маркетинга. Стратегии «рыночного втягивания» и «технологического вталкивания». Стандартизация против адаптации. Сравнительные характеристики долгосрочного планирования и стратегического. Стратегия и тактика управления. Связь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга. Генеральный менеджмент, управляемый рынком.

### **Тема 2. Основные этапы цикла стратегического управления организацией.**

Миссия организации. Значение миссии в формировании цели и направления развития организации. Разработка долгосрочных и краткосрочных целей. Анализ внешней среды. Анализ внутренней среды. Выбор стратегии маркетинга.

### **Тема 3. Портфельный анализ.**

Понятие стратегической единицы бизнеса и корпоративного портфеля. Матрица Бостон Консалтинг Групп «рост – доля». Матрица Дженерал Электрик «привлекательность отрасли – позиция в конкуренции». Матрица жизненного цикла отрасли. Анализ корпоративного портфеля

### **Тема 4. Базовые стратегии развития.**

Стратегия лидерства за счет минимизации издержек. Стратегия дифференциации. Стратегии специализации (фокусирования, концентрации).

### **Тема 5. Стратегии роста (Матрица И. Ансоффа).**

Интенсивный рост: расти в пределах базового рынка. Стратегия проникновения: развивать продажи выпускаемых товаров на существующих рынках. Стратегия развития рынков: развивать продажи выпускаемых товаров на новых рынках. Стратегия развития через товары: развивать продажи на существующих рынках, предлагая новые или улучшенные товары. Интегративная стратегия: расти в пределах индустриальной цепочки. Вертикальная интеграция. Горизонтальная интеграция. Стратегии роста через диверсификацию: стратегия концентрической (связанной) диверсификации, стратегия чистой (несвязанной) диверсификации.

### **Тема 6. Конкурентные стратегии.**

Стратегии лидера отрасли. Стратегия «бросающего вызов». Стратегия «следующего за лидером». Стратегии для слабого бизнеса. Стратегии для фирм, действующих в новых отраслях. Стратегия для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии зрелости. Стратегии для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии спада. Стратегии для фирм, работающих в раздробленных отраслях. Стратегии конкуренции на международных рынках. Цели международного развития. Стратегические альянсы (объединения).

### **Тема 7. Операционные стратегии маркетинга**

Стратегия качества товара. Стратегии ценообразования. Стратегии в канале сбыта: интенсивный сбыт, избирательный сбыт, эксклюзивное распределение и франшиза. Стратегии сотрудничества с посредниками: стратегия вталкивания и стратегия втягивания. Стратегии коммуникации: позиционирования, «послания», «звездная». Стратегии регулирования спроса на этапах ЖЦТ.

### **Тема 8. Выбор стратегии и пути ее реализации.**

Изложение стратегии. Рекомендации, обобщающие опыт разработки стратегий прошлых лет. Правила выбора стратегии, заимствованные из военной истории. Организационные уровни разработки стратегии. Бюджет маркетинга.

## **6. Примерная тематика практических занятий**

**Занятие 1.** Тема 4. Базовые стратегии развития.

**Занятие 2.** Тема 6. Конкурентные стратегии.

Для подготовки к практическим занятиям слушателю целесообразно использовать методические рекомендации для проведения практических занятий.

## **5. Примерная тематика контрольных работ**

Программой по дисциплине предусмотрена одна контрольная работа, которая проводится в форме тестирования по всем темам дисциплины.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **Основная литература:**

1. Ваганов А.С. Стратегический маркетинг. М.: МЭСИ, 2005
2. Зайцев М.Г. Методы оптимизации управления для менеджеров. М: ДЕЛЮ, 2008
3. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2005

### **Дополнительная литература:**

1. Аналоуи Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление/ 7-е изд.- СПб: Питер, 2007.
3. Ансофф И. Стратегическое управление. –М.: Экономика. 1989.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление: Учебник. Рек. МО. – М.: Гардарики, 2004.
5. Дюков И. И.. Стратегия развития бизнеса. Практический подход. – СПб.: Питер, 2008.

### **в) программное обеспечение:**

1. Microsoft Office (MS Excel, MS Word);

**г) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

1. HR Менеджмент – [www.hrm.ru](http://www.hrm.ru)
2. [www.cfin.ru/management/strategy](http://www.cfin.ru/management/strategy)
3. [www.gaap.ru](http://www.gaap.ru)
4. [www.management.edu.ru](http://www.management.edu.ru)
5. [www.mgmt.ru](http://www.mgmt.ru) (сайт журнала Маркетинг-менеджмент)
6. [www.pro-invest.com](http://www.pro-invest.com)
7. [www.strategia.ru](http://www.strategia.ru)
8. [www.top-manager.ru](http://www.top-manager.ru)
9. [www.vestnikmckisey.ru](http://www.vestnikmckisey.ru)
10. Бизнес-словарь- [www.businessvoc.ru](http://www.businessvoc.ru)
11. Журнал «Риск-менеджмент» - [www.riskm.ru](http://www.riskm.ru)
12. Журнал «Управление персоналом» - [www.TOP-PERSONAL.ru](http://www.TOP-PERSONAL.ru)
13. Журнал «Эксперт» - [www.expert.ru](http://www.expert.ru)
14. Институт инвестиционного развития. Дистанционное бизнес-образование на базе
15. Интернет-технологий. - [www.idi.com.ru](http://www.idi.com.ru)
16. Исследования рынков - [www.marketing.rbc.ru](http://www.marketing.rbc.ru)
17. Книги по экономике, финансовому менеджменту, бюджетированию - [www.smartcat.ru](http://www.smartcat.ru)
18. Корпоративный менеджмент, <http://www.cfin.ru>
19. Маркетинг Менеджмент – [www.mgmt.ru](http://www.mgmt.ru)
20. Маркетинговые исследования - [www.RomirMonitoring.ru](http://www.RomirMonitoring.ru)
21. Новый менеджмент – [www.new-management.info](http://www.new-management.info)
22. Отраслевые обзоры, исследования, аналитика - [www.vedomosti.ru/research/](http://www.vedomosti.ru/research/)
23. Российский журнал менеджмента – [www.rjm.ru](http://www.rjm.ru)
24. Сайт дистанционного образования «элитариум», раздел «Стратегический менеджмент» журнал «Стратегический менеджмент»/- [www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru) [www.grebennikoff.ru/product/36](http://www.grebennikoff.ru/product/36)
25. Сайт исследовательско-консультационной фирмы «АЛЪТ», раздел «Библиотека» - [www.altrc.ru/?p=libr](http://www.altrc.ru/?p=libr)
26. Сайт компании UFGmanagement - [www.bbest.ru/strproc/strategia](http://www.bbest.ru/strproc/strategia)
27. Сайт консалтинговой компании БИГ- Бизнес Инжиниринг Групп) Раздел публикации – стратегическое управление - [www.orgmaster.ru](http://www.orgmaster.ru)
28. Сайт Российского журнала менеджмента – СПб - [www.rjm.ru](http://www.rjm.ru)
29. Система комплексного раскрытия информации о финансовом состоянии компании – эмитентов ценных бумаг - [www.skrin.ru](http://www.skrin.ru)
30. Система профессионального анализа рынков и компаний - [www.spark.interfax.ru](http://www.spark.interfax.ru)
31. Сообщество менеджеров – [www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru)
32. Справочник компаний и организаций- [www.vedomosti.ru/companies/a-z/](http://www.vedomosti.ru/companies/a-z/)
33. Терминология менеджмента - [www.glossary.ru](http://www.glossary.ru)
34. Тестирование национального делового партнерства «Альянс Медиа»// <http://www.businesstest.ru/about.asp>
35. Технологии корпоративного управления - [www.iteam.ru](http://www.iteam.ru)
36. Федеральный образовательный портал – экономика, социология, менеджмент. – [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
37. Электронные книги: менеджмент и управление предприятием – [www.aup.ru](http://www.aup.ru)

## **9. Материально-техническое обеспечение.**

Занятия по дисциплине проводятся в компьютерных классах, с использованием технических средств обучения.

## **10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

В процессе преподавания дисциплины **лекционный материал** преподносится в различных формах с использованием средств мультимедийной техники (с демонстрацией цифрового материала, выходом в Интернет для иллюстрации тех или иных вопросов, связанных с менеджментом). Обсуждение проблем, выносимых на практические занятия, происходит, как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме дискуссий по наиболее актуальным вопросам.

**Практические занятия** проводятся в целях: выработки практических умений и приобретения навыков.

Цель практических занятий – закрепить отдельные аспекты и проблемы в дополнение к лекционному материалу.

На практических занятиях для закрепления учебного материала выполняются тестовые задания.

**Самостоятельная работа** слушателей включает: изучение монографий, законов Российской Федерации и нормативных документов, обсуждение научных статей; ответы на контрольные вопросы; самотестирование и подготовку курсовой работы.

Промежуточный контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования слушателей, по результатам выполнения самостоятельных работ.

**Контрольная работа** выполняется слушателем самостоятельно. Основными целями выполнения контрольной работы является расширение и углубление знаний слушателя, выработка навыков в анализе практического материала.

Слушатель, со своей стороны, при выполнении контрольной работы должен показать умение работать с литературой и делать обоснование и выводы.

Контрольная работа выполняется в виде тестирования по вопросам теоретического цикла.

## **11. Система оценки знаний слушателей**

### **11.1. Текущий контроль**

Текущий контроль успеваемости предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий.



