

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра экономики предприятия и менеджмента

О.В. Богданова

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО
ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«Стратегический маркетинг»
для студентов заочной формы обучения
Направление подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Профиль подготовки
Маркетинг

Тверь – 2017

Автор: д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия и менеджмента Богданова О.В.

Рецензент: д.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики предприятия и менеджмента Беденко Н.Н.

Задания утверждены на заседании кафедры экономики предприятия и менеджмента протокол № 3 от "15" 11 2017 года.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Введение.....	4
1 Цель и задачи дисциплины.....	5
2 Требования к уровню освоения содержания дисциплины.....	6
3 Содержание дисциплины	11
3.1 Виды учебных занятий и их объём.....	11
3.2 Содержание разделов дисциплины.....	14
4 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	17
4.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	17
4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.....	20
5 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	43
5.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	43
5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	45

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в вариативную часть модуля 3 – «Организационно-управленческая деятельность» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг» учебного плана, формирующего профессиональные компетенции. Общая трудоемкость дисциплины для студентов заочной формы обучения составляет 5 зачетных единицы (180 час.), в том числе самостоятельная работа – 4,03 (145 час.).

Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний, умений и практических навыков в области ориентированного на рынок стратегического управления организацией в условиях ужесточения конкуренции.

Задачами освоения дисциплины являются:

- формирование системного представления о сущности научных подходов к управлению конкурентоспособностью объектов;
- получение прикладных знаний в области оценки и формирования нормативов конкурентоспособности объектов;
- овладение основами методологии и методики стратегического анализа, выявления и решения важнейших проблем управления конкурентными преимуществами различных объектов;
- приобретение практических навыков использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, выбора критериев управления при применении маркетингового подхода;
- овладение методами финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.

Увеличение доли самостоятельной работы студентов, формирование культуры самообразования, самостоятельной деятельности требует соответствующей реорганизации учебного процесса, модернизации учебно-методической документации. Задания для самостоятельного изучения дисциплины «Стратегический маркетинг» подготовлены в соответствии с РПД «Стратегический маркетинг» Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ Профиль подготовки Маркетинг и являются «помощником» студента при изучении курса и подготовки к экзамену.

В данной учебно-методической разработке представлены: требования к уровню освоения содержания дисциплины; содержание дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации; учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.