**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**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение………………………………………………………………….. | Стр.  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  4. 1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины……………………………………………………………  4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации……………………………………………………………..  5 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины  5.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины…………………………………  5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины………………. | 17  17  20  43  43  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.