

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.В14. Стратегический менеджмент и маркетинг

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель дисциплины: формирование у магистрантов профессиональных компетенций по применению на практике современных методов организации процесса финансового консультирования и разработки схем информационного и материально-финансового сопровождения с целью выбора оптимальных вариантов стратегии действий для решения задач управления в бизнесе.

Курс предназначен для обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) Финансовая экономика.

Задачи дисциплины:

- углубить знания о современных методах стратегического менеджмента и маркетинга;
- сформировать знания и приобрести практические навыки ведения аналитических исследований на рынке финансовых услуг;
- сформировать навыки анализа показателей состояния внутренней и внешней среды и разработки планов финансовых консультаций с описанием его основных этапов;
- развить навыки подготовки аналитических материалов по результатам проведенных маркетинговых исследований и финансового консультирования в рамках изучаемой дисциплины.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Стратегический менеджмент и маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение дисциплины «Стратегический менеджмент и маркетинг» основывается на знаниях, полученных обучающимися ранее при изучении таких курсов как: «Менеджмент» и «Маркетинг» программ бакалавриата и «Системный анализ и принятие решений», «Корпоративный финансовый менеджмент» и аналогичных дисциплинах программы магистратуры.

Полученные при изучении дисциплины знания используются при освоении последующих дисциплин: «Анализ и управление финансовыми рисками», «Финансовый консалтинг и аутсорсинг финансовых услуг», а так же при написании выпускной квалификационной работы и в последующей практической деятельности.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
ИУК-1.2. Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации	Знает методы разработки и принятия организационно-управленческих решений;
	Знает теоретические и методологические основы стратегического менеджмента и маркетинга
	Умеет использовать методики анализа проблемных ситуаций, делать экспертные заключения;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>Умеет проводить комплексный анализ внутренней и внешней среды, разрабатывать план маркетинговой стратегии с обоснованием его эффективности</p> <p>Использует современные приемы и технологии маркетинговых исследований;</p> <p>Представляет результаты проведенных исследований в виде доклада и/или презентации</p>
ПК-2 Способен анализировать и формировать финансовые планы, оказывать консультации по широкому спектру финансовых услуг	
ИПК-2.1 Анализирует современный рынок финансовых услуг и продуктов	<p>Знает общие принципы реализации технологии продаж;</p> <p>Знает порядок и требования к построению коммуникаций с целью предложения финансовых продуктов и услуг</p> <p>Умеет использовать методы анализа рынка финансовых услуг, делать экспертные заключения;</p> <p>Умеет проводить комплексный анализ рынка финансовых услуг, разрабатывать план исследований</p> <p>Использует современные технологии и методы анализа рынка финансовых услуг и продуктов;</p> <p>Представляет результаты проведенных исследований в виде доклада и/или презентации</p>
ПК-3 Способен управлять процессом финансового планирования и консультирования	
ИПК-3.1. Использует методы финансового планирования и консультирования	<p>Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга;</p> <p>Знает ключевые и обеспечивающие бизнес-процессы организации</p> <p>Умеет определять приоритетные вопросы при организации процесса финансового планирования и консультирования для всех подразделений компании;</p> <p>Умеет проводить комплексный анализ внутренней и внешней среды и разрабатывать план финансовых консультаций с описанием его основных этапов</p> <p>Использует современные методы финансового планирования и консультирования;</p> <p>Представляет результаты проведенных исследований в виде доклада и/или презентации</p>
ИПК-3.2 Осуществляет организационное планирование консультационной деятельности	<p>Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга;</p> <p>Знает ключевые и обеспечивающие бизнес-процессы организации</p> <p>Умеет использовать методики анализа проблемных ситуаций, делать экспертные заключения;</p> <p>Умеет проводить комплексный анализ внутренней и внешней среды и разрабатывать план консалтинговых услуг</p> <p>Использует современные методы финансового планирования и консультирования;</p> <p>Разрабатывает перспективный комплекс мероприятий по организации процесса финансового консультирования с рекомендацией схем информационного и материально-финансового сопровождения;</p> <p>Представляет результаты проведенных исследований в виде доклада и/или презентации</p>

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (2 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Управление предприятием в условиях реализации маркетинговой стратегии	38	2	6		30
2.	Стратегический маркетинговый анализ состояния и потенциала компании	38	2	6		30
3.	Стратегическое планирование и выбор маркетинговых альтернатив	31,8	2	6		23,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		107,8	6	18		83,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Подготовка к текущему контролю						
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Управление предприятием в условиях реализации маркетинговой стратегии	36	1	2		32
2.	Стратегический маркетинговый анализ состояния и потенциала компании	33	1	2		30
3.	Стратегическое планирование и выбор маркетинговых альтернатив	36	2	4		30
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		105	4	8		92
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Подготовка к текущему контролю		3,8				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: О.Г. Краснолуцкая, к.э.н., доцент