

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения  
Императора Александра I»  
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
дисциплины  
*Б1.В.10 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»*  
для направления подготовки  
*38.03.02 «Менеджмент»*  
по профилю  
*«Маркетинг в цифровой среде»*

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург  
2025

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 5.2 от 14 января 2025 г.

И. о. заведующего кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»  
14 января 2025 г.

\_\_\_\_\_

Е.М Ершов

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП  
14 января 2025 г.

\_\_\_\_\_

Е.М Ершов

## 1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Стратегический маркетинг и менеджмент» (Б1.В.10) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 970, с учетом профессионального стандарта (06.009) *Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации* (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н); (06.043) *Специалист по интернет-маркетингу* (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н).

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в разделе 2 рабочей программы.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение видов ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность;
- изучение корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность;
- умение составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;
- изучение основ бюджетирования маркетинговой деятельности;
- изучение современных правил и стандартов составления технической документации;
- освоение разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга;
- изучение методов анализа соответствия выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации;
- развитие навыков по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы;
- развитие навыков по составлению, заключению, контролю выполнения и приемке результатов договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;
- развитие навыков разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;
- развитие навыков по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ;
- развитие навыков по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом;
- развитие навыков по составлению, заключению и контролю выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;
- развитие навыков разработки предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ;
- развитие навыков составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- развитие навыков согласования показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК 2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
УК-2.1.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.	<p><i>Обучающийся знает: Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.</i></p> <p><i>Обучающийся умеет: Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности</i></p> <p><i>Обучающийся владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией</i></p>
<b>ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</b>	
ПК-1.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	<p><i>Обучающийся знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- корпоративные стандарты;</li> <li>- регламенты и иные локальные нормативные акты.</li> </ul>
ПК-1.2.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	<p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять договоры гражданско-правового характера;</li> <li>- оформлять регламенты и иные локальные нормативные акты;</li> <li>- оформлять документацию по реализации договоров.</li> </ul>
· ПК-1.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы.	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками маркетинговые исследования;</li> <li>- навыками проведения социологических опросов.</li> </ul>
ПК-1.3.4. Владеет навыками по составлению, заключению, контролю выполнения и приемке результатов договоров на проведение маркетингового исследования, социологического	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками по составлению договоров;</li> <li>- навыками по заключению договоров;</li> <li>- навыками по контролю выполнения и приемке результатов договоров;</li> <li>- навыками проведения социологических опросов;</li> </ul>

<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>
опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	- <i>навыками анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</i>
<b>ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</b>	
ПК-2.2.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	<i>Обучающийся умеет:</i> - <i>составлять предложения в маркетинговую политику;</i> - <i>проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.</i>
ПК-2.3.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	<i>Обучающийся владеет:</i> - <i>разработки предложений в маркетинговую политику.</i>
ПК-2.3.3. Владеет навыками по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	<i>Обучающийся владеет:</i> - <i>разработки предложений в ценовую политику.</i>
ПК-2.3.5. Владеет навыками по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	<i>Обучающийся владеет:</i> - <i>разработки предложений в маркетинговую политику;</i> - <i>разработки предложений в ценовую политику.</i>
<b>ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ</b>	
ПК-3.3.3. Владеет навыками по составлению, заключению и контролю выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<i>Обучающийся владеет:</i> - <i>разработки предложений в ценовую политику продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.</i>
<b>ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>	
ПК-8.1.4. Знает основы бюджетирования маркетинговой деятельности	<i>Обучающийся знает:</i> - <i>основы бюджетирования;</i> - <i>основы маркетинговой деятельности.</i>
ПК-8.2.2. Умеет анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации	<i>Обучающийся умеет:</i> - <i>анализировать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</i>
ПК-8.3.3. Владеет навыками составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	<i>Обучающийся владеет:</i> - <i>составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</i>

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
ПК-9.1.3 Знает современные правила и стандарты составления технической документации	Обучающийся знает: - современные правила составления технической документации; - современные стандарты составления технической документации.
ПК-9.3.1. Владеет навыками согласования показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком	Обучающийся владеет: - навыками согласования показателей эффективности; - навыками стратегии продвижения с заказчиком.

### 3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Модуль	
		1	2
Контактная работа (по видам учебных занятий)	144	64	80
В том числе:			
– лекции (Л)	64	32	32
– практические занятия (ПЗ)	80	32	48
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	108	44	64
Контроль	72	36	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КП	Э	КП
Общая трудоемкость: час / з.е.	324 / 9	144/4	180/5

### 5. Структура и содержание дисциплины

#### 5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
Модуль 1			
1	Современные тренды стратегического управления.	Лекция 1. Эволюция концепций стратегического управления	УК-2.1.1. ПК-1.1.3.
		Лекции 2-3. Структура стратегического управления организацией	ПК-1.1.3.
		Лекции 4-5. Интеграция стратегического менеджмента и маркетинга	ПК-1.1.3. ПК-8.1.4. ПК-9.1.3
		Лекции 6-7. Современный системный подход к разработке стратегии	ПК-2.2.2 ПК-2.3.1 ПК-2.3.3
		Практическое занятие 1. Анализ внутренней среды организации	ПК-1.2.4.
		Практическое занятие 2. SWOT- анализ и методика его проведения	ПК-2.2.2.
		Практическое занятие 3. Портфельный анализ	ПК-8.2.2. ПК-9.1.3
			ПК-1.3.2.

		Самостоятельная работа. Работа над курсовым проектом	ПК-1.3.4. ПК-2.3.1. ПК-2.3.3. ПК-2.3.5. ПК-3.3.3. ПК-4.3.5. ПК-8.3.3. ПК-9.3.1.
2	Основы стратегического анализа	Лекции 8-9. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации	УК-2.1.1. ПК-1.1.3.
		Лекции 10-11. Стратегический портфельный анализ	ПК-1.1.3. ПК-9.1.3
		Лекции 12-13. Корпоративные и конкурентные стратегии	ПК-1.1.3. ПК-8.1.4. ПК-9.1.3
		Лекции 14-15. Определение и выбор стратегических альтернатив	ПК-2.2.2 ПК-2.3.1
			ПК-2.3.3
		Лекция 16. Реализация стратегии и управление изменениями	ПК-2.3.5
		Практическое занятие 1. Виды, структура и состав потребностей (А. Маслоу)	ПК-1.2.4.
		Практическое занятие 2. Механизмы возникновения потребностей	ПК-2.2.2.
		Практическое занятие 3. Методика оценки ориентированности компании на рынок	ПК-8.2.2.
		Самостоятельная работа. Работа над курсовым проектом	ПК-1.3.2. ПК-1.3.4. ПК-2.3.1. ПК-2.3.3. ПК-2.3.5. ПК-3.3.3. ПК-4.3.5. ПК-8.3.3. ПК-9.3.1.
Модуль 2			
3	Маркетинговая стратегия	Лекции 17-18. Поведенческая экономика. Психология принятия решений потребителем	УК-2.1.1. ПК-1.1.3.
		Лекции 19-20. Проектирование ценностного предложения	ПК-1.1.3.
		Лекции 21-22. Юнит-экономика	ПК-1.1.3. ПК-8.1.4. ПК-9.1.3
		Лекции 23-24. Управление клиентским опытом	УК-2.1.1 ПК-1.3.2 ПК-1.3.4
		Лекции 25-26. Маркетинговые исследования и big data Лекции 27-32. Управление маркетинговыми проектами	УК-2.1.1 ПК-1.1.3 ПК-1.2.4 ПК-8.1.4.
		Практическое занятие 1. Задачи: Практическое использование теории потребительских ценностей	ПК-9.1.3
		Практическое занятие 2. Абстрактность потребностей и формы их конкретизации (созревания)	ПК-2.2.2.
		Практическое занятие 3,4,5,6 Разбор контрольных вопросов по теме	ПК-8.2.2.
		Самостоятельная работа. Работа над курсовым проектом	ПК-1.3.2. ПК-1.3.4. ПК-2.3.1. ПК-2.3.3. ПК-2.3.5. ПК-3.3.3. ПК-4.3.5.

			ПК-8.3.3. ПК-9.3.1. ПК-1.2.4.
--	--	--	-------------------------------------

## 5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
<b>Модуль 1</b>						
1	Современные тренды стратегического управления	14	14	-	20	48
2	Основы стратегического анализа	18	18	-	24	60
Всего						108
Контроль						36
<b>Модуль 2</b>						
3	Маркетинговая стратегия	32	48	-	64	144
Всего						144
Контроль						36
<b>Итого (общая трудоемкость, час.)</b>						<b>324</b>

## 6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

## 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

## 8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/магистратуры, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Перечень печатных изданий, используемых в образовательном процессе:

1. Мардас, Анатолий Николаевич. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев.



- 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 205 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр. в конце глав. - Библиогр.: с. 203-205. - ISBN 978-5-9916-8415-6.
  - 2. Оформление контрольных, курсовых работ (проектов) и выпускных квалификационных работ для обучающихся на факультете "Экономика и менеджмент" [Текст] : методические указания / ФГБОУ ВО ПГУПС ; сост.: О. А. Гуляева, Н. Е. Коклева, А. Н. Мардас. - Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2016. - 32 с. : ил. - Библиогр.: с. 32.
  - 3. Ершов, Е.М. Современные концепции управления рынком. [Электронный ресурс] / Е.М. Ершов, Н.Е. Коклева. — Электрон. дан. — СПб. : ПГУПС, 2017. — 57 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93819>
- 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:
- 1 Личный кабинет обучающегося и электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sdo.pgups.ru/> (для доступа к полнотекстовым документам требуется авторизация).
  - 2 Ежедневный Экономический обзор Российского рынка от Издательского Дома Коммерсантъ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.
  - 3 Консультант плюс. Правовой сервер [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.
  - 4 Правительство Российской Федерации. Интернет-портал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.government.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.
  - 5 Российская газета - официальное издание для документов Правительства РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru>, свободный. — Загл. с экрана.
  - 6 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>, свободный. — Загл. с экрана.
  - 7 Электронно-библиотечная система издательства «Лань». Режим доступа: <http://e.lanbook.com> (для доступа к полнотекстовым документам требуется авторизация).
  - 8 Электронная библиотека ЮРАЙТ. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/> (для доступа к полнотекстовым документам требуется авторизация).
  - 9 Электронная библиотека «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». Режим доступа: <http://window.edu.ru>. – свободный.

Разработчик рабочей программы,

*доцент*

14 января 2025 г.

\_\_\_\_\_  
*О.А. Гуляева*