

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 организаций 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.

| <b>Индикаторы достижения компетенций</b>   | <b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>  |
|--|--|
| 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> |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ  |  |
| 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  | - навыками анализа ситуации на рынке продукции СМИ.  |
| <b>ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</b>   |  |
| ПК-2.2.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга   | <p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять предложения в маркетинговую политику;</li> <li>- проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.</li> </ul> |
| ПК-2.3.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий   | <p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки предложений в маркетинговую политику.</li> </ul>  |
| ПК-2.3.3. Владеет навыками по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ  | <p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки предложений в ценовую политику.</li> </ul>  |
| ПК-2.3.5. Владеет навыками по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организаций в целом   | <p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки предложений в маркетинговую политику;</li> <li>- разработки предложений в ценовую политику.</li> </ul>  |
| <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 | <p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки предложений в ценовую политику продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.</li> </ul>                         |
| <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   | <p><i>Обучающийся знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы бюджетирования;</li> <li>- основы маркетинговой деятельности.</li> </ul>  |
| ПК-8.2.2. Умеет анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации  | <p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</li> </ul>  |
| ПК-8.3.3. Владеет навыками составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  | <p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</li> </ul>   |

| 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   | <p><i>Обучающийся знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные правила составления технической документации;</li> <li>- современные стандарты составления технической документации.</li> </ul> |
| ПК-9.3.1. Владеет навыками согласования показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком  | <p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками согласования показателей эффективности;</li> <li>- навыками стратегии продвижения с заказчиком.</li> </ul>                       |

### 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

| №<br>п/п | Наименование<br>раздела<br>дисциплины          | Содержание раздела  | Индикаторы<br>достижения<br>компетенций |
|----------|--|---|---|
| Модуль 1 |  |   |   |
| 1        | Современные тренды стратегического управления. | Лекция 1. Эволюция концепций стратегического управления         | УК-2.1.1.<br>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.<br>ПК-8.1.4.<br>ПК-9.1.3      |
|          |  | Лекции 6-7. Современный системный подход к разработке стратегии | ПК-2.2.2<br>ПК-2.3.1<br>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.<br>ПК-9.1.3<br>ПК-1.3.2.      |

|   |                                |   |   |
|---|--------------------------------|---|---|
|   |                                | Самостоятельная работа. Работа над курсовым проектом  | ПК-1.3.4.<br>ПК-2.3.1.<br>ПК-2.3.3.<br>ПК-2.3.5.<br>ПК-3.3.3.<br>ПК-4.3.5.<br>ПК-8.3.3.<br>ПК-9.3.1.              |
| 2 | Основы стратегического анализа | Лекции 8-9. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации                    | УК-2.1.1.<br>ПК-1.1.3.  |
|   |                                | Лекции 10-11. Стратегический портфельный анализ   | ПК-1.1.3.<br>ПК-9.1.3   |
|   |                                | Лекции 12-13. Корпоративные и конкурентные стратегии  | ПК-1.1.3.<br>ПК-8.1.4.<br>ПК-9.1.3  |
|   |                                | Лекции 14-15. Определение и выбор стратегических альтернатив                                | ПК-2.2.2<br>ПК-2.3.1  |
| 3 | Маркетинговая стратегия        | Лекция 16. Реализация стратегии и управление изменениями                                    | ПК-2.3.3  |
|   |                                | 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.<br>ПК-1.3.4.<br>ПК-2.3.1.<br>ПК-2.3.3.<br>ПК-2.3.5.<br>ПК-3.3.3.<br>ПК-4.3.5.<br>ПК-8.3.3.<br>ПК-9.3.1. |
|   |                                | <b>Модуль 2</b>   |   |
|   |                                | Лекции 17-18. Поведенческая экономика. Психология принятия решений потребителем             | УК-2.1.1.<br>ПК-1.1.3.  |
| 3 | Маркетинговая стратегия        | Лекции 19-20. Проектирование ценностного предложения  | ПК-1.1.3.   |
|   |                                | Лекции 21-22. Юнит-экономика  | ПК-1.1.3.<br>ПК-8.1.4.<br>ПК-9.1.3  |
|   |                                | Лекции 23-24. Управление клиентским опытом  | УК-2.1.1<br>ПК-1.3.2<br>ПК-1.3.4  |
|   |                                | Лекции 25-26. Маркетинговые исследования и big data   | УК-2.1.1  |
|   |                                | Лекции 27-32. Управление маркетинговыми проектами   | ПК-1.1.3<br>ПК-1.2.4<br>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.<br>ПК-1.3.4.<br>ПК-2.3.1.<br>ПК-2.3.3.<br>ПК-2.3.5.<br>ПК-3.3.3.<br>ПК-4.3.5.                           |

|  |  |  |  |  |  |  |  |                                     |
|--|--|--|--|--|--|--|--|-------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |  |  | ПК-8.3.3.<br>ПК-9.3.1.<br>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   | 32 | 32 | -  | 44                                      | 108   |
|                 |   |    |    |    | Контроль                                | 36    |
| <b>Модуль 2</b> |   |    |    |    |   |       |
| 3               | Маркетинговая стратегия                       | 32 | 48 | -  | 64                                      | 144   |
|                 | Всего   | 32 | 48 | -  | 64                                      | 144   |
|                 |   |    |    |    | Контроль                                | 36    |
|                 |   |    |    |    | <b>Итого</b> (общая трудоемкость, час.) | 324   |

## 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.

*O.A. Гуляева*