

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

Кафедра «Экономика и менеджмент в строительстве»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
Б1.В.ДВ.2 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»
для направления подготовки
38.04.02 «Менеджмент»
по магистерской программе
«Управление проектами и рисками»

Форма обучения – очная, заочная

Санкт-Петербург
2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Экономика и менеджмент в строительстве»
Протокол № 7 от 28 января 2025 г.

Заведующий кафедрой
«Экономика и менеджмент в строительстве»
28 января 2025 г.

А.А. Леонтьев

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП
28 января 2025 г.

С.Г. Опарин

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг» (Б1.В.ДВ.2) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12 августа 2020 г., приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952, с учетом профессионального стандарта 08.036 «Специалист по работе с инвестиционными проектами» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 апреля 2018 года № 239н.

Целью изучения дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг» является формирование у обучающихся системы теоретических знаний и компетенций в области стратегического и операционного маркетинга предприятий и организаций в условиях рыночной экономики.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- формирование представления о целях, задачах и приложениях стратегического и операционного маркетинга в экономике предприятий и организаций;
- изучение концепций стратегического маркетинга, овладение методами анализа рыночных возможностей, стратегического планирования, разработки стратегии позиционирования товаров, работ, услуг в условиях рыночной экономики;
- овладение тактикой маркетинга и навыками разработки маркетингового комплекса предприятия (организации), методами разработки товарной политики, рыночного ценообразования, системы распределения и комплекса продвижения товаров, работ и услуг;
- формирование представления о социальной ответственности лиц, осуществляющих маркетинг-менеджмент в экономике предприятий и организаций, расширении маркетинга и перспективах его развития.

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.

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков.

- владеть концепциями стратегического маркетинга методами анализа рыночных возможностей;
- владеть методами исследования и мониторинга внешних и внутренних факторов влияющих на стратегическое планирование в организации;
- владеть навыками разработки стратегии формирования цен на товары, работы, услуги и оценка ее эффективности.

Индикаторы достижения компетенций			Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Подготовка экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации			
ПК-1.3.8	Знает требования законодательства и нормативных правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность		<i>Обучающийся знает:</i> требования законодательства и нормативных правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
предприятия	
ПК-2 Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами	
ПК-2.1.2 Знает отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики	<i>Обучающийся знает:</i> отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики
ПК-2.2.3 Умеет разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	<i>Обучающийся умеет:</i> разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-2.2.4 Умеет составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений	<i>Обучающийся умеет:</i> составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений
ПК-2.3.8 Владеет навыками разработки стратегий развития и функционирования организации и ее подразделений	<i>Обучающийся владеет:</i> навыками разработки стратегий развития и функционирования организации и ее подразделений
ПК-3 Разработка методик, алгоритмов и функциональных заданий для формирования и эксплуатации информационно-аналитических систем и формирование баз данных	
ПК-3.1.2 Знает методологию и методы ценообразования на продукцию, работы и услуги в сфере капитального строительства	<i>Обучающийся знает:</i> – методологию и методы ценообразования на продукцию, работы и услуги в сфере капитального строительства
ПК-3.3.1 Владеет методами анализа и исследования нормативных правовых актов и методической документации, регламентирующих прогнозирование и экспертизу цен	<i>Обучающийся владеет:</i> – методами анализа и исследования нормативных правовых актов и методической документации, регламентирующих прогнозирование и экспертизу цен
ПК-4 Формирование ценовой политики организации	
ПК-4.2.2 Умеет применять методики стратегического и экономического анализа для формирования ценовой политики организации	<i>Обучающийся умеет:</i> – применять методики стратегического и экономического анализа для формирования ценовой политики организации
ПК-4.3.1 Владеет методами исследования и мониторинга внешних и внутренних факторов ценообразования и ценовой политики организации	<i>Обучающийся владеет:</i> – методами исследования и мониторинга внешних и внутренних факторов ценообразования и ценовой политики организации
ПК-4.3.2 Владеет навыками разработки стратегии формирования цен на товары, работы, услуги и оценка ее эффективности	<i>Обучающийся владеет:</i> – навыками разработки стратегии формирования цен на товары, работы, услуги и оценка ее эффективности

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

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Контактная работа (по видам учебных занятий)	48	48
В том числе:		
– лекции (Л)	32	32
– практические занятия (ПЗ)	16	16
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	60	60
Контроль	36	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э	Э
Общая трудоемкость: час / з.е.	144 / 4	144 / 4

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э).

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		2
Контактная работа (по видам учебных занятий)	20	20
В том числе:		
– лекции (Л)	12	12
– практические занятия (ПЗ)	8	8
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	115	115
Контроль	9	9
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э	Э
Общая трудоемкость: час / з.е.	144 / 4	144 / 4

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

Для очной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	Лекция 1. Основные функции, принципы и среда маркетинга. Определение, функции и модель маркетинга фирмы. Основные принципы маркетингового мышления и философия фирмы. Стратегический и операционный маркетинг.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2
		Лекция 2. Сущность стратегического и операционного маркетинга Понятие стратегии. Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Роль и задачи стратегического маркетинга.	ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		Лекция 3. Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности фирмы Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ.	ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1

		Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга.	
		Лекция 4. Базовые маркетинговые стратегии Основные базовые маркетинговые стратегии и их характеристика.	ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Практическое занятие 1-2. Цели и средства стратегического маркетинга. Управление маркетингом как управление спросом. Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		Практическое занятие 3-4. Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ. Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга	ПК-1.2.4 ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Самостоятельная работа. Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	Лекции 5-6. Стратегии и политика ценообразования Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации. Рыночные методы ценообразования.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4
		Лекция 7-8. Разработка маркетинговой стратегии компании Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования. Методические инструменты по стратегическому анализу и диагностике.	ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Практические занятия 5-6. Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4
		Практическое занятие 7-8. Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования Анализ конкуренции.	ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Самостоятельная работа. Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.	ПК-1.1.2 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2

Для заочной формы обучения:

№	Наименование	Содержание раздела	Индикаторы
---	--------------	--------------------	------------

п/п	раздела дисциплины		достижения компетенций
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	Лекция 1. Основные функции, принципы и среда маркетинга. Определение, функции и модель маркетинга фирмы. Основные принципы маркетингового мышления и философия фирмы. Стратегический и операционный маркетинг.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2
		Лекция 2. Сущность стратегического и операционного маркетинга Понятие стратегии. Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Роль и задачи стратегического маркетинга.	ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		Лекция 3. Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности фирмы Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ. Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга.	ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1
		Лекция 4. Базовые маркетинговые стратегии Основные базовые маркетинговые стратегии и их характеристика.	ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Практическое занятие 1-2. Цели и средства стратегического маркетинга. Управление маркетингом как управление спросом. Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		Практическое занятие 3-4. Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ. Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга	ПК-1.2.4 ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Самостоятельная работа. Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	Лекции 5-6. Стратегии и политика ценообразования Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации. Рыночные методы ценообразования.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4
		Лекция 7-8. Разработка маркетинговой стратегии компании Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования. Методические инструменты по стратегическому анализу и диагностике.	ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Практические занятия 5-6. Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4

		конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации.	
		Практическое занятие 7-8. Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования Анализ конкуренции.	ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		Самостоятельная работа. Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.	ПК-1.1.2 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	16	8	-	30	54
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	16	8	-	30	54
	Итого	32	16	-	60	108
Контроль						36
Всего (общая трудоемкость, час.)						144

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	6	4	-	55	65
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	6	4	-	60	70
	Итого	12	8	-	115	135
Контроль						9
Всего (общая трудоемкость, час.)						144

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, 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. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- Операционная система Windows;
- MS Office;
- Антивирус Касперский.

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> – Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> – Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Электронная библиотека ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/> – Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам - каталог образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования». – URL: <http://window.edu.ru/> – Режим доступа: свободный.
- Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> – Режим доступа: свободный.
- Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных

исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки. – URL: <http://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

- Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> – Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных изданий, используемых в образовательном процессе:

- Экономика предприятия : учебник для вузов / С. П. Кирильчук [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 417 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472958>;

- Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 343 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470216>;

- Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 437 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468976>;

- Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 277 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450528>;

- Кукота, А. В. Ценообразование в строительстве : учебное пособие для вузов / А. В. Кукота, Н. П. Одинцова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 201 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04708-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472549>. – Режим доступа: для авториз. пользователей;

- Каракозова, И. В. Современные концепции ценообразования в строительстве : учебно-методическое пособие / И. В. Каракозова. – Москва : МИСИ – МГСУ, 2020. – 36 с. – ISBN 978-5-7264-2167-4. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/145079>. – Режим доступа: для авториз. пользователей;

- Постановление Правительства РФ от 16.02.2008 N 87 «О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию»;

- Методика определения сметной стоимости строительства, реконструкции, капитального ремонта, сноса объектов капитального строительства, работ по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации на территории Российской Федерации. – Взамен МДС 81-35.2004. – М. : ГОССТРОЙ России, 2020. – 118 с.;

- Методика по разработке и применению нормативов накладных расходов, утвержденная Приказом Минстроя России № 812/пр;

- Методика по разработке и применению нормативов сметной прибыли, утвержденная Приказом Минстроя России № 774/пр;

- Государственные элементные сметные нормы на строительные работы (ГЭСН-2001). – М., 2001.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

- Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: <https://my.pgups.ru/>. – Режим доступа: для авториз. пользователей;

- Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sdo.pgups.ru> – Режим доступа: для авториз. пользователей;

- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – URL: <http://docs.cntd.ru/> – Режим доступа: свободный;
- Нормативно-правовая база Консультант Плюс / Некоммерческая интернет-версия [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.consultant.ru/> – Режим доступа: свободный;
- Профессиональный сайт для сметчиков. – МОО «Союз инженеров сметчиков» [Электронный ресурс]. – URL: <http://kccs.ru/> – Режим доступа: свободный.

Разработчик рабочей программы,
доцент
«28» января 2025 г.

Николихина С.А.