

Кафедра государственного и муниципального управления

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Стратегии развития научно-образовательного пространства региона»
основной профессиональной образовательной программы

Направление подготовки магистра
38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) образовательной программы
Муниципальное управление устойчивым развитием территории

Формы обучения
очно-заочная

СОДЕРЖАНИЕ

	с.
1 Цель самостоятельной работы	4
2 Задачи самостоятельной работы	4
3 Трудоемкость самостоятельной работы	4
4 Формы самостоятельной работы	4
5 Структура самостоятельной работы	5
6 Учебно-методическое и информационное обеспечение самостоятельной работы	6
6.1 Электронные учебные издания	6
6.2 Электронные образовательные ресурсы	7

1 Цель самостоятельной работы

Целью освоения дисциплины является приобретение знаний и навыков, в области применения методов маркетинговой методологии на различных рынках при планировании деятельности компании. Вооружить студента практическими навыками проектирования и организации маркетинговой деятельности на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности; знаниями по стратегическому и тактическому планированию.

2 Задачи самостоятельной работы

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Стратегический маркетинг» являются:

- закрепление, расширение и углубление знаний, умений и навыков студентов, полученных ими на аудиторных занятиях с преподавателем;
- ознакомление студентов с дополнительными материалами по изучаемой дисциплине;
- развитие познавательных способностей студентов;
- выработка умения поиска необходимого материала в различных источниках;
- воспитание в студентах самостоятельности, организованности, самодисциплины, творческой активности и инициативности в работе, упорства в достижении поставленной цели.
-

3 Трудоемкость самостоятельной работы

Трудоемкость самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Стратегический маркетинг» 80,7 часа очно-заочная форма обучения.

4 Формы самостоятельной работы

По дисциплине «Стратегический маркетинг» предусмотрены следующие формы самостоятельной работы:

1. поиск необходимой литературы и электронных источников информации по изучаемой теме;
2. изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала;
3. выполнение задания по теме практического занятия;
4. написание и оформление докладов;
5. подготовка презентаций;
6. самостоятельная подготовка заданий;
7. выполнение задания для самостоятельной работы по выбору;
8. подготовка к практическим занятиям.

5 Структура самостоятельной работы

Очно-заочная форма обучения

Изучаемая тема	Форма самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы	Трудоемкость, ч
Теоретико-методологические основы и предпосылки развития системы управления маркетингом в условиях развивающейся конкуренции	выполнение кейс-заданий	подготовить основной текст с вопросами для обсуждения по кейсу, подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); предложить возможное решение проблемы.	8.7
Формирование системы и механизмов стратегического управления – маркетинговый подход	выполнение кейс-заданий	подготовить основной текст с вопросами для обсуждения по кейсу, подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); предложить возможное решение проблемы.	58
	Самостоятельное изучение дисциплины	Изучение основной и дополнительной учебной литературы, работа с интернет-ресурсами. Изучаемые вопросы: 1. Стратегический подход в управлении компанией. 2. Основные этапы процесса стратегического планирования. 3. Миссия и цели организации. 4. Применение матрицы Ансоффа для определения стратегий роста компании. 5. Конкурентные стратегии предприятия. 6. Стратегии стимулирования сбыта. 7. Стратегии управления товаром на разных этапах ЖЦТ. 8. Международные маркетинговые стратегии. 9. Стратегия голубого океана. 10. Стратегии лидерства. 11. Стратегии позиционирования. 12. Стратегии сегментирования. 13. Стратегии оптимизации торгового ассортимента. 14. Ценовые стратегии предприятия при выходе на зарубежные рынки	
Бенчмаркинг, как инновационное направление стратегического	выполнение кейс-заданий	подготовить основной текст с вопросами для обсуждения по кейсу, подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.);	8.7

маркетинга		предложить возможное решение проблемы.	
------------	--	--	--

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение самостоятельной работы

6.1 Электронные учебные издания:

1. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие : в 2 частях / И. В. Котляревская ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. – Часть 1. – 141 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697285>. – Библиогр.: с. 123-125. – ISBN 978-5-7996-2924-3 (ч. 1). – ISBN 978-5-7996-2923-6. – Текст : электронный.
2. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие : в 2 частях / И. В. Котляревская ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – Часть 2. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699053>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-3149-9 (ч. 2). – ISBN 978-5-7996-2923-6. – Текст : электронный.
3. Реброва, Н. П. Территориальный маркетинг: учебное пособие / Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2018. – 141 с. : схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907003-29-3. – Текст : электронный.
4. Москалев, М. В. Современные концепции и технологии маркетинга: учебное пособие для аспирантов, обучающихся по направлению подготовки 38.06.01 Экономика. Профиль подготовки 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (Маркетинг) / М. В. Москалев, С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 102 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496890>. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
5. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление / Я. И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 119 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496897>. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

6.2 Электронные образовательные ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ». URL: <https://e.lanbook.com>
2. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». URL: <http://biblioclub.ru>
3. СПС «Консультант +».