

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д.филос.н., доц. Атанов А.А.



29.05.2025г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.28. Стратегический менеджмент

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Логистика и маркетинг в закупках и продажах
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очно-заочная

Курс	2
Семестр	22
Лекции (час)	36
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	108
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	22

Иркутск 2025

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Автор О.Н. Сараева

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

1. Цели изучения дисциплины

Цель: формирование навыков и умений по стратегическому управлению компанией. Задачи: определять уровень нестабильности внешней среды и подбирать необходимый класс стратегий; формулировать стратегии корпоративного и делового уровня; использовать матричные и аналитические методы при разработке стратегий; уметь создавать базы данных для принятия стратегических решений.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-1	Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ПК-2	Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	З. Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У. Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний управленческой теории Н. Владеть навыками применения знаний управленческой теории для решения практических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности	З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые и рекламные мероприятия Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Маркетинг услуг"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	36
Практические (сем, лаб.) занятия	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	108
Всего часов	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
		22	0	0	0		
1	Теоретические основы стратегического менеджмента	22	10	0	28		Задание 1
2	Современный стратегический анализ	22	16	0	40		Задание 2. Задание 3. Задание 4
3	Современные подходы к разработке и реализации стратегии	22	10	0	40		Доклад. Задание 5. Задание 6. Задание 7. Контрольная работа
	ИТОГО		36		108		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Эволюция развития стратегического управления	Эволюционные этапы развития стратегического маркетингового управления, особенности стратегического управления, миссия и видение как атрибуты стратегического управления организацией,
10	Управление развитием организации для успешной реализации стратегии	Стили стратегического планирования. Основные задачи реализации стратегии. Внутренние проблемы организации, влияющие на реализацию стратегии и достижение бизнес-успеха. Приведение организационной структуры в соответствие со стратегией.
2	Особенности стратегического управления	Основные понятия стратегического менеджмента. Основы стратегического управления. Стратегический аспект управления организацией.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
3	Миссия и видение как главные атрибуты стратегического управления организацией	Миссия организации: сущность, роль и задачи. Стратегическое видение: современный подход к разработке
4.	Особенности разработки стратегических целей	Понятие и значение стратегических целей. Стратегические целевые приоритеты. Фазы установления стратегических целей.
5	Содержание стратегического анализа	Бизнес-среда в стратегическом менеджменте. Анализ макросреды предприятия. Анализ микросреды предприятия. Анализ внутренней среды предприятия.
6	Конкурентный анализ	Общий маркетинговый анализ. Анализ сайта. Контент-анализ конкурентов. Анализ нестандартных активностей
7	SWOT-анализ как инструмент стратегического анализа	Сущность SWOT-анализа. Этапы SWOT-анализа. Основные правила проведения анализа.
8	Подходы к разработке ценностного предложения	Современные подходы к разработке ценностного предложения. Анализ опыта
9	Разработка стратегии	Формирование стратегических инициатив. Уровни формирования стратегии. Алгоритм разработки стратегий. Подходы к выработке стратегий. Базисные (эталонные) стратегии

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Теоретические основы стратегического менеджмента	ПК-2	З.3. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и	Задание 1	правильные ответы на вопросы 1-4 оцениваются в 1 балл, вопросы 5-

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			рекламной деятельности		7 в 2 балла (10)
2	2. Современный стратегический анализ	ПК-2	У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые и рекламные мероприятия	Задание 2	каждый верный обоснованный ответ на вопросы 1-5 оценивается 2 б. (10)
3		ПК-2	У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые и рекламные мероприятия	Задание 3	каждый раздел анализа оценивается в 2 балла, если выполнен корректно (10)
4		ПК-2	Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности	Задание 4	Каждый правильный ответ на вопрос вопрос - 5 баллов (10)
5	3. Современные подходы к разработке и реализации стратегии	ПК-2	Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности	Доклад	1, 2, 3 вопрос по 1 баллу, 4 вопрос 2 балла (5)
6		ПК-2	У. Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые и рекламные мероприятия	Задание 5	правильный ответ на один вопрос 2 балла (10)
7		ПК-2	З. Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности	Задание 6	правильный ответ на каждый вопрос оценивается в 2 балла (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
8		ПК-2	Н. Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности	Задание 7	обоснованный ответ на каждый вопрос 5 баллов (10)
9		ОПК-1	З. Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У. Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний управленческой теории Н. Владеть навыками применения знаний управленческой теории для решения практических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Контрольная работа	Отчет сдан в установленные сроки 3 б., четко обоснованное изложение материала во введении -3 б., 1 параграфе -3б, 2 параграфе -3б, 3 параграфе -3б, 4 параграфе - 3б., заключение -3 б., оформление работы соответствует требованиям, предъявляемым к работам подобного рода - 4б. (25)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 22.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 2 балла.

Компетенция: ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической,

торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Знание: Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу

1. Современные теоретические подходы к разработке стратегии организации

Компетенция: ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

Знание: Знать методы разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

2. Стратегическое управление маркетингом в организации: сущность и содержание

3. Уровни разработки стратегии развития предприятия. Краткая характеристика каждого уровня.

4. Влияние внутренней среды предприятия на реализацию стратегии и достижение бизнес-успеха

5. Маркетинговая стратегия : содержание и основные этапы разработки.

6. Маркетинговые методы анализа отрасли и конкуренции.

7. Методы оценки эффективности реализации маркетинговой стратегии предприятия

8. Миссия организации: процесс разработки и требования к содержанию

9. Обоснование условий реализации маркетинговой стратегии предприятия с учетом возможных изменений внешней среды

10. Основные правила разработки маркетинговых стратегических целей. Отличия от операционных

11. Основные характеристики эволюционных этапов стратегического управления маркетингом

12. Особенности документального оформления маркетинговой стратегии развития организации

13. Особенности определения границ бизнес-среды в стратегическом маркетинге

14. Особенности применения Форсайт методологии в стратегическом планировании предприятия

15. Отличительные особенности методов анализа макросреды предприятия: PEST/STEP, QUEST, ETOM

16. Роль экономического анализа деятельности предприятия в установлении стратегических целей и их декомпозиции

17. Современные подходы к оценке эффективности реализации маркетинговой стратегии предприятия

18. Современный стратегический анализ конкурентной среды предприятия: обоснование выбора конкурентов

Знание: Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу

19. Стратегическое видение: современные методы разработки

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 15 баллов - полнота ответа, 15 баллов обоснованность выводов.

Компетенция: ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Умение: Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний управленческой теории

Задача № 1. Обоснуйте выбор методики анализа влияния факторов внешней макросреды на компанию. Оцените характер влияния

Компетенция: ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

Умение: Уметь разрабатывать стратегию развития организации, планировать маркетинговые и рекламные мероприятия

Задача № 2. Определите, к стратегии какого уровня можно отнести стратегические инициативы

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 15 баллов - полнота ответа, 15 баллов обоснованность выводов.

Компетенция: ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Навык: Владеть навыками применения знаний управленческой теории для решения практических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Задание № 1. Оцените результаты SWOT анализа в условиях изменяющейся внешней среды

Задание № 2. Оцените целесообразность реализации стратегических инициатив с учетом возможных изменений внешней среды в ближайший год и определите условия их эффективной реализации в рамках корпоративной стратегии предприятия

Компетенция: ПК-2 Способен подготавливать предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

Навык: Владеть навыками разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности

Задание № 3. Оцените результаты SWOT анализа в условиях изменяющейся внешней среды

Задание № 4. Оцените целесообразность реализации стратегических инициатив с учетом возможных изменений внешней среды в ближайший год и определите условия их эффективной реализации в рамках корпоративной стратегии предприятия

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.03.06 Торговое дело
Профиль - Логистика и маркетинг в
закупках и продажах
Кафедра менеджмента и сервиса
Дисциплина - Стратегический
менеджмент

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Обоснуйте выбор методики анализа влияния факторов внешней макросреды на компанию. Оцените характер влияния (30 баллов).

3. Оцените целесообразность реализации стратегических инициатив с учетом возможных изменений внешней среды в ближайший год и определите условия их эффективной реализации в рамках корпоративной стратегии предприятия (30 баллов).

Составитель _____ О.Н. Сараева

Заведующий кафедрой _____ Е.А. Шагина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Маркетинговые исследования. Marketing research. пер. с англ.. Marketing Research. 7-е изд./ Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй.- СПб.: Питер, 2004.-840 с.
2. Лужнова Н.В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева, М.С. Мантрова. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 247 с. — 978-5-7410-1395-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61409.html>

б) дополнительная литература:

1. Шевченко Д. А. Маркетинг - философия современного бизнеса/ Д. А. Шевченко// Номер журнала, Т. 13, N 63/64, вып. 2, С. 139-151, 2011, ч.з 2-202
2. Викулова Е. Ю., Гладких О. В. Маркетинг. учеб. пособие/ Е. Ю. Викулова, О. В. Гладких.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014.-169 с.
3. Минько Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг/ Э.В. Минько.- Москва: Юнити-Дана, 2015.-351 с.
4. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.В. Котляревская. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 244 с. — 978-5-7996-1313-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68479.html>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- ИВИС - Универсальные базы данных, адрес доступа: <http://www.dlib.eastview.ru/>. доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет при условии регистрации в БГУ
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области стратегического менеджмента

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- разбор домашних заданий и кейсов (в часы практических занятий);
- защита лабораторных работ (во время проведения занятий);

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

– MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий