Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра менеджмента

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н. Эзрох Ю. С.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ПРОСТОЙ НЕКВАЛИФИЦИРОВАННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
31.08.2026
Владелец: д.э.н. Эзрох Ю. С.
Срок действия: не ограничен
Адрес хранения электронного документа:
https://www.nstu.ru/university/info/sveden/education

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Стратегическое управление маркетингом

Образовательная программа: 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа: Бизнес-управление производственными системами

Курс: 1, семестр : 1

Факультет бизнеса,

		Семестр
№	**Вид деятельности**	**1**
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	4
2	Всего часов	144
3	Всего занятий в контактной форме, час.	55
4	Лекции, час.	18
5	Практические занятия, час.	0
6	Лабораторные занятия, час.	32
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	10
8	из них практической подготовки, час.	8
9	Аттестация, час.	2
10	Консультации, час.	3
11	Самостоятельная работа, час.	89
12	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ(Р)/реферат, подготовка к контрольной работе)	контр.
13	Вид аттестации	3

Новосибирск 2026

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 38.04.02 Менеджмент

ФГОС введен в действие приказом №952 от 12.08.2020 г. , дата утверждения: 21.08.2020 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, формируемая участниками образовательных отношений

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 38.04.02 Менеджмент

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

КМ, 31.08.2026

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 9 от 31.08.2026

Заведующий кафедрой:

доцент, д.э.н. Борисова А. А.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Борисова А. А.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Группа	Компетенции
	Индикаторы достижения компетенций
Профессиональные компетенции	ПК-1.В/ОР Способен разрабатывать, обосновывать программы развития производственно-хозяйственной деятельности экономических субъектов в условиях неопределенности и риска
	ПК-1.В/ОР. 1 Знает подходы и методы разработки стратегических решений, организации сбора, обработки данных для построения технологической и продуктовой модели развития производственно-хозяйственной деятельности организации.
	ПК-1.В/ОР. 3 Умеет диагностировать запросы стейкхолдеров и разрабатывать регулирующие мероприятия, направленные на корректировку текущей деятельности под изменяющиеся запросы потребителей.
Профессиональные компетенции	ПК-2.В/ОР Способен организовывать процесс разработки планов развития производственно-хозяйственной деятельности организации на стратегическом и тактическом горизонтах развития с целью вывода на рынок новых и (или) модернизированных продуктов, производственных технологий, бизнес-процессов, управленческих решений.
	ПК-2.В/ОР. 1 Знает методы проведения анализа рынка позиционирования компании, продукции; диагностики среды функционирования компании; сбора и обобщения данных для принятия управленческих решений, повышения эффективности процессов организационной и технологической модернизации производственных процессов.
	ПК-2.В/ОР. 2 Умеет проводить комплексное изучение отраслевого рынка продукции, потребителей товаров, конкурирующих организаций, оценивать уровень конкурентной борьбы, анализировать и составлять обзоры конъюнктуры рынка.
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
	УК-1. 3 Умеет разрабатывать стратегию действий в виде четкой последовательности шагов, проектируя результаты каждого шага и стратегии в целом.
Универсальные компетенции	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
	УК-3. 2 Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества при планировании и организации работы команды для достижения поставленной цели.

2. Требования НГТУ к планируемым результатам обучения, соотнесенным с индикаторами достижения компетенций

Таблица 2.1

Индикаторы достижения компетенций	Формы организации занятий
Результаты обучения	
ПК-1.В/ОР. 1 Знает подходы и методы разработки стратегических решений, организации сбора, обработки данных для построения технологической и продуктовой модели развития производственно-хозяйственной деятельности организации.	
знаком с подходами и методами, позволяющими разработать стратегические решения, организовать сбор и обработку маркетинговых данных	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК-1.В/ОР. 3 Умеет диагностировать запросы стейкхолдеров и разрабатывать регулирующие мероприятия, направленные на корректировку текущей деятельности под изменяющиеся запросы потребителей.	
может диагностировать запросы и разрабатывать регулирующие мероприятия, направленные на корректировку текущей деятельности под изменяющиеся запросы потребителей.	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа

ПК-2.В/ОР. 1 Знает методы проведения анализа рынка позиционирования компании, продукции; диагностики среды функционирования компании; сбора и обобщения данных для принятия управленческих решений, повышения эффективности процессов организационной и технологической модернизации производственных процессов.	
знаком с методами проведения анализа рынка позиционирования компании, продукции; диагностики среды функционирования компании; сбора и обобщения данных для принятия управленческих решений	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК-2.В/ОР. 2 Умеет проводить комплексное изучение отраслевого рынка продукции, потребителей товаров, конкурирующих организаций, оценивать уровень конкурентной борьбы, анализировать и составлять обзоры конъюнктуры рынка.	
может проводить комплексное изучение рынка продукции, потребителей товаров, конкурирующих организаций, оценивать уровень конкурентной борьбы, анализировать и составлять обзоры конъюнктуры рынка	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
УК-1. 3 Умеет разрабатывать стратегию действий в виде четкой последовательности шагов, проектируя результаты каждого шага и стратегии в целом.	
может разработать маркетинговую стратегию	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
УК-3. 2 Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества при планировании и организации работы команды для достижения поставленной цели.	
способен организовать разработку маркетинговой стратегии в команде для достижения поставленной цели.	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Часы	Из них в форме практ. подг., час.	Активные формы, час.	Индикаторы достижения компетенций	Учебная деятельность
Семестр: 1					
Дидактическая единица: стратегическое управление					
1. Теоретические аспекты стратегического управления	6	0	0	ПК-1.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.2,УК-1.3,УК-3.2	лекция
Дидактическая единица: маркетинговое планирование					
2. Стратегическое маркетинговое планирование	6	0	0	ПК-1.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.2,УК-1.3,УК-3.2	лекция
Дидактическая единица: маркетинговый контроль					
3. Стратегический контроль в маркетинге	6	0	0	ПК-1.В/ОР.1,ПК-1.В/ОР.3,ПК-2.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.2,УК-1.3	лекция

Темы лабораторных работ	Часы	Из них в форме практ. подг., час.	Активные формы, час.	Индикаторы достижения компетенций	Учебная деятельность
Семестр: 1					

Дидактическая единица: стратегическое управление					
1. Маркетинговый анализ среды	6	2	6	ПК-2.В/ОР.1,УК-1.3,УК-3.2	лабораторная работа, отработка навыка анализа маркетинговой среды
2. Разработка стратегических альтернатив в маркетинге	6	0	0	ПК-1.В/ОР.3,ПК-2.В/ОР.2,УК-1.3,УК-3.2	лабораторная работа, формирование навыка разработки возможных стратегических альтернатив в маркетинге
Дидактическая единица: маркетинговое планирование					
3. Разработка комплекса маркетинга	6	4	4	ПК-2.В/ОР.2,УК-1.3,УК-3.2	лабораторная работа, формирование навыка разработки комплекса-маркетинга микс
4. Разработка стратегического маркетингового плана по продуктам	4	2	0	ПК-1.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.1,УК-1.3,УК-3.2	лабораторная работа, отработка навыка разработки маркетинговой стратегии, в том числе в рамках командного взаимодействия
Дидактическая единица: маркетинговый контроль					
5. Контроль реализации маркетинговой стратегии	6	0	0	УК-1.3,УК-3.2	лабораторная работа, отработка навыка контроля маркетинговой деятельности в части реализации маркетинговой стратегии
6. Организация стратегического контроля в маркетинге	4	0	0	ПК-1.В/ОР.3,ПК-2.В/ОР.2	лабораторная работа, отработка навыка диагностики соответствия маркетинговой деятельности состоянию рынка

3.1 Практическая подготовка

Таблица 3.2

№	Темы занятий	Формы организации занятий	Содержание практической подготовки (виды работ)
1	Маркетинговый анализ среды	Лб	Выполняет следующие виды работ: проводит анализ внешней и внутренней среды с помощью методов PEST и SWOT анализа
2	Разработка комплекса маркетинга	Лб	Выполняет следующие виды работ: осуществляет разработку комплекса маркетинга микс в базовой или модифицированной версии от 4P до 7P
3	Разработка стратегического маркетингового плана по продуктам	Лб	Выполняет следующие виды работ: формирует маркетинговый план для конкретного продукта

3.2 Самостоятельная работа обучающегося

Таблица 3.3

№	Виды самостоятельной работы	Индикаторы достижения компетенций	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 1				

1	Контрольные работы	ПК-1.В/ОР.1,ПК-1.В/ОР.3,УК-1.3,УК-3.2	30	2
Выполнение заданий по стратегическому управлению маркетингом, подробная информация приведена в приложении №3 : Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана.				
2	Подготовка к занятиям	ПК-1.В/ОР.1,ПК-1.В/ОР.3,УК-1.3,УК-3.2	39	0
Изучение литературы по темам курса: Борисова С. Г. Управление маркетингом (2022) : электронный учебно-методический комплекс / С. Г. Борисова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2022].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=221538.- Загл. с титул. экрана. Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана.				
3	Подготовка к аттестации	ПК-2.В/ОР.1,ПК-2.В/ОР.2,УК-1.3,УК-3.2	20	1
Изучение материалов курса, подробная информация приведена в приложении №2 : Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана.				

3.3 Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 3.4).

Таблица 3.4

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	Среда электронного обучения НГТУ
Консультирование	Среда электронного обучения НГТУ
Контроль	Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

Таблица 3.5

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм	Коды формируемых компетенций
1	Кейс-стади	УК.1;
Формируемые умения: 3. Умеет разрабатывать стратегию действий в виде четкой последовательности шагов, проектируя результаты каждого шага и стратегии в целом.		
Краткое описание применения: студенты анализируют реальную или смоделированную ситуацию (кейс в части маркетинговой деятельности компании), выявляют проблемы, предлагают решения и оценивают их эффективность		

2	Проблемный метод	ПК-2.В/ОР УК.1; УК.3;
Формируемые умения: 2. Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества при планировании и организации работы команды для достижения поставленной цели.; 2. Умеет проводить комплексное изучение отраслевого рынка продукции, потребителей товаров, конкурирующих организаций, оценивать уровень конкурентной борьбы, анализировать и составлять обзоры конъюнктуры рынка.; 3. Умеет разрабатывать стратегию действий в виде четкой последовательности шагов, проектируя результаты каждого шага и стратегии в целом.		
Краткое описание применения: технология обучения, при которой студенты анализируют реальные или смоделированные проблемные ситуации в деятельности компании, выявляют причины их возникновения, формулируют ключевые проблемы и предлагают пути их решения.		

4. Правила аттестации обучающихся по дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставлять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 4.1.

Таблица 4.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	**Максимальный балл**
Семестр: 1	
Лекция:	20
Контролирующие материалы приводятся в "Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана."	
Лабораторная:	40
Контролирующие материалы приводятся в "Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана."	
Контрольные работы:	20
Контролирующие материалы приводятся в "Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана."	
Зачет:	20
Контролирующие материалы (тесты) приводятся в "Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана."	

В таблице 4.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 4.2

Коды компетенций	**Индикаторы достижения компетенций**	**Формы контроля**	
		Контр. раб.	**Зачет**
ПК-1.В/ОР	ПК-1.В/ОР 1. Знает подходы и методы разработки стратегических решений, организации сбора, обработки данных для построения технологической и продуктовой модели развития производственно-хозяйственной деятельности организации.	+	+

	ПК-1.В/ОР 3. Умеет диагностировать запросы стейкхолдеров и разрабатывать регулирующие мероприятия, направленные на корректировку текущей деятельности под изменяющиеся запросы потребителей.	+	+
ПК-2.В/ ОР	ПК-2.В/ОР 1. Знает методы проведения анализа рынка позиционирования компании, продукции; диагностики среды функционирования компании; сбора и обобщения данных для принятия управленческих решений, повышения эффективности процессов организационной и технологической модернизации производственных процессов.	+	+
	ПК-2.В/ОР 2. Умеет проводить комплексное изучение отраслевого рынка продукции, потребителей товаров, конкурирующих организаций, оценивать уровень конкурентной борьбы, анализировать и составлять обзоры конъюнктуры рынка.	+	+
УК-1	УК-1 3. Умеет разрабатывать стратегию действий в виде четкой последовательности шагов, проектируя результаты каждого шага и стратегии в целом.	+	+
УК-3	УК-3 2. Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества при планировании и организации работы команды для достижения поставленной цели.	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

5. Литература

Основная литература

1. Масалова Ю. А. Стратегическое управление маркетингом (профиль Бизнес-управление производственными системами) : СПОК / Ю. А. Масалова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, 2025.- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=230653.- Загл. с титул. экрана.

2. Лямзин О. Л. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О. Л. Лямзин ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 63, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=229228

3. Бельская Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2023.- 66, [1] с.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=223887

Дополнительная литература

1. Нинштиль Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : [учебное пособие] / Е. Ю. Нинштиль, Т. И. Заяц ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018.- 116, [2] с. : ил.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000237736

Интернет-ресурсы

1. Управление маркетинговыми стратегиями. – Текст : электронный // Справочник Автор 24 : [сайт]. – URL: https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_strategiya/upravlenie_marketingovymi_strategiyami/ (дата обращения: 16.03.2023).

2. Интернет-источники по маркетинговым коммуникациям [Электронный ресурс] : обзор // Гильдия маркетологов : некоммерческое партнерство : социальная сеть профессиональных контактов. – Режим доступа: http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/internet-istochniki-marketingovojj-informatsii-obzor/. – Загл. с экрана.

6. Методическое и программное обеспечение, информационные технологии

6.1 Методическое обеспечение

1. Назаркина В. А. Стратегическое управление маркетингом : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, А. Ю. Кунгурова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2021].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000243387.- Загл. с титул. экрана.

2. Борисова С. Г. Управление маркетингом (2022) : электронный учебно-методический комплекс / С. Г. Борисова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2022].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=221538.- Загл. с титул. экрана.

3. Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381

6.2 Специализированное программное обеспечение

1 Пакет офисных приложений Microsoft Office

6.3 Информационные технологии

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине применяются элементы дистанционных образовательных технологий, а также синхронного и асинхронного взаимодействия в электронной информационно-образовательной среды НГТУ.

7. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	для проведения лекционных занятий