

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
27.03.02 Управление качеством,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Стратегический менеджмент**

Направление подготовки: 27.03.02 Управление качеством

Направленность (профиль): Управление качеством в производственно-технологических системах

Форма обучения: Очно-заочная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 7416  
Подписал: заведующий кафедрой Майборода Валерий  
Прохорович  
Дата: 16.05.2022

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» являются формирование у студентов практических навыков применения исследовательских подходов и методов для стратегического анализа и составления на этой основе маркетинговой стратегии компании. Курс призван интегрировать знания о различном маркетинговом инструментарии в единую систему компетенций, необходимых для разработки маркетинговых стратегий в условиях формирования портфеля стратегических бизнес единиц для процессов управления качеством.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ПК-4** - Способен участвовать в разработке стратегии управления организацией в сфере профессиональной деятельности, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на её реализацию;

**УК-1** - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Знать:**

основные виды стратегий управления, методы анализа. Уметь формулировать стратегические цели и задачи, участвовать в разработке элементов стратегии, направленные на развитие организации

### **Уметь:**

определять роль управления качеством и его принципы в стратегии управления организацией, владеть средствами и методами анализа качества и уметь разрабатывать мероприятия по его улучшению

### **Владеть:**

способностью участвовать в разработке стратегии управления организации в сфере профессиональной деятельности, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию

## 3. Объем дисциплины (модуля).

### 3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Тип учебных занятий                                       | Количество часов |         |
|---|------------------|---------|
|   | Всего            | Сем. №7 |
| Контактная работа при проведении учебных занятий (всего): | 24               | 24      |
| В том числе:  |                  |         |
| Занятия лекционного типа                                  | 8                | 8       |
| Занятия семинарского типа                                 | 16               | 16      |

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 84 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля).

##### 4.1. Занятия лекционного типа.

| № п/п | Тематика лекционных занятий / краткое содержание |
|-------|--|
| 1     | Теоретические основы стратегического маркетинга  |
| 2     | Конкурентоспособность                            |
| 3     | Коммуникационные стратегии                       |

## 4.2. Занятия семинарского типа.

### Практические занятия

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание   |
|-------|--|
| 1     | <b>Теоретические основы стратегического маркетинга</b><br>Теоретические основы стратегического маркетинга: основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента .<br>Основные элементы стратегического маркетинга. Базовые этапы процесса стратегического маркетингового управления.<br>Цепочка «потребности – ценности – товары – рынки – потребители».<br>Маркетинговая среда. Отбор целевых рынков. Рынки индивидуальных потребителей.<br>Позиционирование товара. Замеры и прогнозирование спроса. Сегментирование рынка.<br>Этапы формирования стратегии компании и их содержание.<br>Требования к формированию маркетинговых стратегий |
| 2     | <b>Конкурентоспособность</b><br>Конкурентные стратегии компании.<br>Факторы, влияющие на конкурентоспособность.<br>Маркетинговые исследования и их роль.<br>Товарные стратегии компании.<br>Разработка товаров. Стратегия установления цен на товары.<br>Методы распространения товаров. Продвижение товаров. Выбор каналов сбыта.<br>Ценовые стратегии.<br>Методы ценообразования и их зависимость от стадии жизненного цикла товара.<br>Стратегии в области распределения.<br>Товаропромotion и его методы (прямой и с помощью посредников).   |
| 3     | <b>Коммуникационные стратегии</b><br>Содержание стратегического плана маркетинга.<br>Бюджет маркетинга.<br>Содержание и статьи бюджета маркетингового плана<br>Организационные подходы к реализации маркетинговой стратегии.<br>Этапы проведения организационных изменений в процессе реализации маркетинговой стратегии.  |

## 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

| № п/п | Вид самостоятельной работы                      |
|-------|---|
| 1     | Теоретические основы стратегического маркетинга |
| 2     | Конкурентоспособность                           |
| 3     | Коммуникационные стратегии                      |
| 4     | Выполнение курсовой работы.                     |
| 5     | Подготовка к промежуточной аттестации.          |
| 6     | Подготовка к текущему контролю.                 |

## 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

1. Понятие, особенности и структура потребительского рынка, его влияние на маркетинговую стратегию фирмы.

2. Выбор целевого сегмента рынка.
3. Основные критерии и стратегии сегментации..
4. Разработка цепи стратегических решений компании в управлении маркетинговой деятельностью.
5. Разработка стратегии маркетинга компании.
6. Разработка плана маркетинга компании, реализующего концепцию социально-этичного маркетинга.
7. Разработка стратегии оптовых продаж.
8. Новые тенденции в розничной торговле и разработка стратегии розничных продаж.
9. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций компании.
10. Каналы воздействия на потребителя в процессе коммуникационной деятельности предприятия.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

| № п/п | Библиографическое описание  | Место доступа   |
|-------|---|---|
| 1     | Стратегический менеджмент Фатхутдинов Р.А.<br>Учебник Дело , 2010 | <a href="https://www.book.ru/book/921611">https://www.book.ru/book/921611</a> .<br>НТБ МИИТ |

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Информационно-справочные и поисковые системы: Internet Explorer, Google, Yandex, Rambler, Mail, Opera1. <http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ.

2. <http://rzd.ru/> - сайт ОАО «РЖД».
3. <http://elibrary.ru/> - научно-электронная библиотека.
4. Правительство РФ [www.government.ru](http://www.government.ru)
5. Министерство экономического развития – [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
6. Федеральная служба государственной статистики [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
7. Электронная Россия – [www.e-rus.ru](http://www.e-rus.ru)
8. Электронная Москва – [www.e-mos.ru](http://www.e-mos.ru)
9. Журнал «Эксперт» <http://www.expert.ru/printissues/expert/>
10. МСЭ – Международный союз экономистов [www.iuecon.org](http://www.iuecon.org)

11. Гарант [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
12. «Кодекс», информационно-правовой консорциум – [www.kodeks.ru](http://www.kodeks.ru)
13. Консультант Плюс – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
14. Предпринимательское право [www.businesspravo.ru/](http://www.businesspravo.ru/)
15. Правовой портал Кадис <http://www.kadis.ru>
16. Финансово-информационные [www.finansy.ru](http://www.finansy.ru), [www.financeclub.ru](http://www.financeclub.ru),  
[www.finam.ru](http://www.finam.ru), [www.logistic.ru](http://www.logistic.ru) , [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) .

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Windows 7, Microsoft Office 2013

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

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа  
Поворотная доска двухсторонняя и вращающаяся

Мультимедийное оборудование:

Компьютер: PC IRU Corp 510 MT i5 6400/16Gb/1Tb 7,2k/HDD530,  
WorkStation Pentium 4 630

Ноутбук: Lenovo ThinkPad, Asus

Интерактивная доска HITACHI

Мультимедийный проектор HITACHI, Acer

Настенный экран ScreenMedia Economy

Флипчарт UNIVERSAL Mobile LEGAMASTER

Сервер Core 2 Duo E6850

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

Курсовая работа в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

## Авторы

Доцент, доцент, к.н. кафедры  
«Менеджмент качества»

Савчук Рамиля  
Рафиковна

Лист согласования

Заведующий кафедрой МК

В.П. Майборода

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.Ф. Гуськова