

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
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: 581797
Подписал: заведующий кафедрой Гуськова Марина
Федоровна
Дата: 26.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель дисциплины - овладение навыками стратегического планирования и управления, а также стратегического менеджмента как самостоятельных видов деятельности, которые используются при планировании, прогнозировании хозяйственной деятельности, управлении целенаправленным развитием организаций в условиях неопределенности и при нестабильном внешнем окружении.

Задачи курса:

- формировать понимание роли и места стратегического менеджмента, как вида деятельности, в системе хозяйствующих субъектов, о принципах функционирования организации в среднесрочной и долгосрочной перспективе, обеспечивающих ее оптимальное, с точки зрения целей и задач;
- овладеть приемами стратегического планирования, анализом последствий принятия решений в условиях неопределенности, принципами разработки стратегии организации на среднесрочную и долгосрочную перспективу;
- развить основные умения, связанные с будущей профессиональной деятельностью:
- оценить и анализировать существующие стратегии, условия проведения реструктуризации и изменения организационных структур.

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.

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

Знать:

- основные виды стратегий управления, методы анализа;
- 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

и разрабатывать мероприятия по его улучшению;

- проводить ситуационный анализ внешней и внутренней среды организации, определять СХЗ (стратегические зоны хозяйствования), оценивать (классифицировать) существующую стратегию организации.

Владеть:

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

- способностями по саморазвитию, взаимодействию с коллегами, руководством в процессе решения организационных задач.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 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	Семестр №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 120 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	Введение в стратегический менеджмент. Сущность стратегического менеджмента, его взаимосвязь со стратегическим маркетингом. Характерные особенности стратегического менеджмента в бизнесе. Этапы стратегического менеджмента.
2	Миссия и видение. Значение целеполагания. Стратегические цели и, тактические и оперативные цели. Требования к формулировке стратегии. SMART-принцип формулировки цели.
3	Стратегический анализ внешней и внутренней среды фирмы. Внутренняя среда фирмы и факторы ее формирующие. SWOT –анализ и методика его проведения. Внешняя среда фирмы и факторы ее формирующие. PEST- анализ и методика его проведения. Оценка конкурентной позиции фирмы. КК (корневые компетенции) и КФУ (ключевые факторы успеха).
4	Классификация стратегий. Основные классификационные признаки и характеристики видов стратегий. Особенности реализации каждого вида стратегий (базовых, отраслевых, конкурентных, функциональных и др.)
5	Этапы разработки и реализации стратегии. Особенности стратегического планирования. Этапы стратегического плана. Стратегические альтернативы. Выбор наилучшего варианта из альтернатив. Процесс реализации стратегии. Корректировка стратегии и факторы ее определяющие. Стратегические изменения в организации.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Теоретические основы стратегического маркетинга Теоретические основы стратегического маркетинга: основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента . Основные элементы стратегического маркетинга. Базовые этапы процесса стратегического маркетингового управления. Цепочка «потребности – ценности – товары – рынки – потребители». Маркетинговая среда. Отбор целевых рынков. Рынки индивидуальных потребителей. Позиционирование товара. Замеры и прогнозирование спроса. Сегментирование рынка. Этапы формирования стратегии компании и их содержание. Требования к формированию маркетинговых стратегий
2	Конкурентоспособность Конкурентные стратегии компании. Факторы, влияющие на конкурентоспособность. Маркетинговые исследования и их роль. Товарные стратегии компании. Разработка товаров. Стратегия установления цен на товары.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	Методы распространения товаров. Продвижение товаров. Выбор каналов сбыта. Ценовые стратегии. Методы ценообразования и их зависимость от стадии жизненного цикла товара. Стратегии в области распределения. Товаропродвижение и его методы (прямой и с помощью посредников).
3	Коммуникационные стратегии Содержание стратегического плана маркетинга. Бюджет маркетинга. Содержание и статьи бюджета маркетингового плана Организационные подходы к реализации маркетинговой стратегии. Этапы проведения организационных изменений в процессе реализации маркетинговой стратегии.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Изучение литературы
3	Выполнение курсовой работы.
4	Подготовка к промежуточной аттестации.

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	Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08723-9.	https://urait.ru/bcode/561419
2	Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15505-1.	https://urait.ru/bcode/560127

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

Информационно-справочные и поисковые системы: Internet Explorer, Yandex, Rambler, Mail, Opera

1. <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

5. Министерство экономического развития – www.economy.gov.ru

6. Федеральная служба государственной статистики www.gks.ru

7. Электронная Россия – www.e-rus.ru

8. Электронная Москва – www.e-mos.ru

9. Финансово-информационные www.finansy.ru, www.financeclub.ru, www.finam.ru, www.logistic.ru, www.wikipedia.org.

10. МСЭ – Международный союз экономистов www.iuecon.org

11. Гарант www.garant.ru

12. «Кодекс», информационно-правовой консорциум – www.kodeks.ru

13. Консультант Плюс – www.consultant.ru

14. Предпринимательское право www.businesspravo.ru/

15. Правовой портал Кадис <http://www.kadis.ru>

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, лабораторных занятий. Поворотная доска двухсторонняя и вращающаяся. Флипчарт. Мультимедийное оборудование.

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
«Строительный контроль и
управление качеством»

Р.Р. Савчук

Согласовано:

Заведующий кафедрой МК
Председатель учебно-методической
комиссии

М.Ф. Гуськова

М.Ф. Гуськова