



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИСГТ
Чайковский Д.В.
2015 г.

БАЗОВАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Направление ООП **27.03.05 Инноватика**

Профиль подготовки **Предпринимательство в инновационной деятельности**

Квалификация **Академический бакалавр**

Базовый учебный план приема **2015 г.**

Курс 4 семестр 7

Количество кредитов 6

Код дисциплины ДИСЦ.В.М.1.4.1

Виды учебной деятельности	Временной ресурс по очной форме обучения
Лекции, ч	32
Практические занятия, ч	32
Лабораторные занятия, ч	16
Аудиторные занятия, ч	80
Самостоятельная работа, ч	136
ИТОГО, ч	216

Вид промежуточной аттестации **экзамен**

Обеспечивающее подразделение **кафедра инженерного предпринимательства**

Заведующий кафедрой

С.В. Хачин

Руководитель ООП

С.В. Хачин

Преподаватель

С.В. Хачин

2015г.

1. Цели освоения дисциплины

В результате освоения данной дисциплины выпускник приобретает знания, умения и навыки, обеспечивающие достижение целей Ц4 основной образовательной программы по подготовке бакалавров по направлению 27.03.05 «Инноватика».

Дисциплина нацелена на подготовку студентов к:

- организационно-управленческой деятельности, связанной с выполнением междисциплинарных проектов в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинговая стратегия организации» относится вариативной части вариативного междисциплинарного профессионального модуля (ДИСЦ.В.М.1.4.1).

Дисциплине «Маркетинговая стратегия организации» (7 семестр) предшествует освоение дисциплин (ПРЕРЕКВИЗИТЫ):

- Управление технологическими инновациями (5 семестр),
- Управление инновационными проектами (6 семестр),
- Основы маркетинга в инновационной сфере (6 семестр),
- Управленческий учет инноваций (6 семестр),
- Управление персоналом и организационное поведение (6 семестр).

Содержание разделов дисциплины «Маркетинговая стратегия организации» (7 семестр) согласовано с содержанием дисциплин, изучаемых параллельно (КОРЕКВИЗИТЫ):

- Менеджмент 1.1 (7 семестр),
- Разработка управленческих решений (7 семестр),
- Бизнес-планирование (7 семестр),
- Оценка инвестиционной привлекательности инновационных проектов (7 семестр).

2. Результаты освоения дисциплины

В соответствии с требованиями ООП освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций (результатов обучения), в т. ч. в соответствии с ФГОС 27.03.05 Инноватика:

Таблица 1

Составляющие результатов обучения, которые будут получены при изучении данной дисциплины

Результаты обучения (компетенци и из ФГОС 27.03.05 Инноватика)	Составляющие результатов обучения					
	Код	Знания	Код	Умения	Код	Владение опытом
Р6 (ОПК-6, ПК-6)	3.6.1.	философские, исторические, социально-психологические и правовые аспекты инновационной деятельности	У.6.4.	оценить затраты по реализации проекта	В.6.3.	разработки и реализации корпоративной и конкурентной стратегии управления технологическими инновациями
	3.6.4.	принципы управления инновационными процессами, организации и управления инновациями			В.6.5	методами менеджмента, практическими навыками решения конкретных технико-экономических, организационных и управленческих вопросов
	3.6.5	теорию, методы и инструментарий управления проектами				

В результате освоения дисциплины «Маркетинговая стратегия организации» студентом должны быть достигнуты следующие результаты:

Таблица 2

Планируемые результаты освоения дисциплины

№ п/п	Результат
РД6 (Р6)	Способность анализировать проект (инновацию) как объект управления, систематизировать и обобщать информацию по ресурсам, затратам, рискам реализации проекта, использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности, излагать суть проекта, представлять схему решения.

4. Структура и содержание дисциплины

Раздел 1. Процесс маркетингового стратегического управления

Целесообразность и сущность стратегического управления. Трактовки понятия стратегии. Ключевые компетенции и отбор сфер деятельности компании. Основные характеристики ключевых компетенций. Выбор способа осуществления функций управления. Состав ключевых компетенций. Выбор сфер деятельности компании. Детерминанты привлекательности рынка. Стратегическая разведка рынка.

Перечень лабораторных работ по разделу.

Лабораторная работа №1. Разработка стратегии инновационной организации.

Раздел 2. Позиционирование бизнеса (маркетинг)

Факторы, влияющие на восприятие потребителем уровня цены. Основные составляющие качества товаров и услуг. Этапы проектирования качества товаров и услуг. Матрица потребителя и матрица производителя. Промышленный шпионаж и бенч-маркетинг. Определение стратегического типа фирмы. Типы фирм в соответствии с классификацией «цена - качество - удельные издержки - ключевые компетенции». Возможные стратегические траектории фирмы в зависимости от типа. Построение функциональных подсистем бизнеса. Отбор конкурентных стратегий. Эталонные бизнес – стратегии. Характеристики основных стадий развития рынка\отрасли. Отбор конкурентных стратегий с использованием SWOT-анализа. Этапы SWOT-анализа. Мини-стратегия компании. Формат описания миссии. Различия между миссией и целями предприятия. Факторы необходимости миссии в современных условиях. Требования к формулировке целей. Алгоритм постановки целей. Ключевые пространства определения целей организации. Способы построения дерева целей. Первичная корпоративная стратегия.

Перечень лабораторных работ по разделу.

Лабораторная работа №2. Разработка маркетинговой стратегии бизнеса.

Раздел 3. Сценарное планирование

Сущность сценарного планирования. Отличия традиционного стратегического планирования и сценарного подхода. Роль стратегических бесед в стратегическом самообучении организации. Основные шаги методики сценарного планирования. Разработка стратегии в соответствии с составленными сценариями. Основные подходы к выбору стратегии по Портеру и Шнаарсу. Типы матриц влияния. Корпоративные стратегии. Сущность и задачи корпорации. Принципы построения портфеля бизнесов корпорации. Способы воздействия корпорации на бизнес. Стратегические альянсы как способ корпоративного развития. Мотивы создания стратегических альянсов. Классификация стратегических альянсов. Типы издержек иерархии. Способы определения эффективности деятельности корпорации. Управление предприятием для успешной реализации стратегии.

Основные этапы цикла реализации стратегии. Система стратегических изменений. Реализация стратегии и получение информации.

Перечень лабораторных работ по разделу.

Лабораторная работа №3. Разработка стратегии развития компании по сценарному подходу.

Раздел 4. Показатели управленческих решений в маркетинговой стратегии

Сущность стратегической эффективности. Стратегический и тактический контроллинг: сущность и функции. Переход от стратегии к программе развития организации. Алгоритм организации эффективного стратегического управления предприятием. Задачи и функции подразделения стратегического развития. Стратегии управления предприятием в условиях глобализации. Ключевые факторы глобализации, оказывающие влияние на формирование стратегий. Международная конкуренция и стратегии выхода на международные рынки. Организации глобального будущего: новая парадигма стратегии.

Перечень лабораторных работ по разделу.

Лабораторная работа №4. Разработка программы развития организации.

6. Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

6.1. Виды и формы самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов включает текущую и творческую проблемно-ориентированную самостоятельную работу (ТСР).

Текущая СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений и включает:

- работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;

- опережающую самостоятельную работу;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовку к лабораторным работам, к практическим занятиям;
- подготовку к экзамену.

Творческая самостоятельная работа включает:

- поиск, анализ, структурирование информации;
- анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, применение моделей самооценки к деятельности выбранного предприятия;
- анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме.

6.3. Контроль самостоятельной работы

Оценка результатов самостоятельной работы:

- самоконтроль – регулярная подготовка к занятиям;
- контроль со стороны преподавателя – текущий (еженедельно в течение семестра – посещения лекций и практических занятий, выполнения заданий на практических занятиях) и промежуточный.

Оценка результатов самостоятельной работы проводится согласно таблице 3.

Таблица 3

Контроль самостоятельной работы

Вид работы	Оценка работы
Выполнение ИДЗ №1	3 балла
Выполнение ИДЗ №2	3 балла

7. Средства текущей и промежуточной оценки качества освоения дисциплины

Оценка качества освоения дисциплины производится по результатам мероприятий (таблица 4):

Таблица 4

Мероприятия по оценке качества освоения дисциплины

Контролирующие мероприятия	Результаты обучения по дисциплине
Задание на практическом занятии	РДб
Экзамен	РДб

Для проверки полученных студентами знаний, умений и навыков проводится текущий и промежуточный контроль.

Для оценки качества освоения дисциплины при проведении контролируемых мероприятий предусмотрены следующие средства (фонд оценочных средств):

Требования к содержанию экзаменационных вопросов.

Билеты к экзамену включают три типа заданий:

1. Теоретический вопрос.
2. Проблемный вопрос.
3. Творческое проблемно-ориентированное задание.

Пример экзаменационного вопроса.

1. Факторы, влияющие на стратегическое управление. Процедура разработки стратегического управления предприятием.

2. Используя предложенные исходные данные, проведите сценарный анализ для конкретной фирмы. Дайте основанные на результатах анализа рекомендации по дальнейшему сохранению или коррекции стратегии.

3. Проанализируйте, какие еще факторы, кроме развития информационных технологий, могут привести к сокращению жизненного цикла стратегического управления. Обоснуйте полученные выводы.

Вопросы промежуточного контроля изучения дисциплины (экзамен).

1. Целесообразность и сущность стратегического управления.
2. Трактовки понятия стратегии.
3. Основные характеристики корневых компетенций.
4. Выбор способа осуществления функций управления.
5. Состав корневых компетенций.
6. Выбор сфер деятельности компании.
7. Детерминанты привлекательности рынка.
8. Стратегическая разведка рынка.
9. Факторы, влияющие на восприятие потребителем уровня цены.
10. Основные составляющие качества товаров и услуг. Этапы проектирования качества товаров и услуг.
11. Матрица потребителя и матрица производителя.
12. Промышленный шпионаж и бенч-маркетинг.
13. Типы фирм в соответствии с классификацией «цена - качество - удельные издержки - ключевые компетенции».
14. Возможные стратегические траектории фирмы в зависимости от типа.
15. Построение функциональных подсистем бизнеса.
16. Эталонные бизнес – стратегии.
17. Характеристики основных стадий развития рынка\отрасли.
18. Отбор конкурентных стратегий с использованием SWOT-анализа. Этапы SWOT-анализа.
19. Минимальный формат описания миссии. Расширенная формулировка миссии.
20. Факторы необходимости миссии в современных условиях.
21. Критерии тестирования разработанной миссии.
22. Различия между миссией и целями предприятия.
23. Требования к формулировке целей. Алгоритм постановки целей.
24. Ключевые пространства определения целей организации. Способы построения дерева целей.
25. Первичная корпоративная стратегия.
26. Сущность сценарного планирования. Отличия традиционного стратегического планирования и сценарного подхода.
27. Роль стратегических бесед в стратегическом самообучении организации.
28. Основные шаги методики сценарного планирования.
29. Разработка стратегии в соответствии с составленными сценариями.
30. Основные подходы к выбору стратегии по Портеру и Шнаарсу.
31. Типы матриц влияния.
32. Сущность и задачи корпорации.
33. Принципы построения портфеля бизнесов корпорации.
34. Виды внутрикорпоративной синергии.
35. Способы воздействия корпорации на бизнес.
36. Стратегические альянсы как способ корпоративного развития.

37. Мотивы создания и классификация стратегических альянсов.
38. Типы издержек иерархии. Способы определения эффективности деятельности корпорации.
39. Основные этапы цикла реализации стратегии.
40. Система стратегических изменений.
41. Реализация стратегии и получение информации.
42. Сущность стратегической эффективности.
43. Стратегический и тактический контроллинг: сущность и функции.
44. Переход от стратегии к программе развития организации.
45. Алгоритм организации эффективного стратегического управления предприятием. Задачи и функции подразделения стратегического развития.
46. Ключевые факторы глобализации, оказывающие влияние на формирование стратегий.
47. Международная конкуренция и стратегии выхода на международные рынки.
48. Организации глобального будущего: новая парадигма стратегии.

8. Рейтинг качества освоения дисциплины

Оценка качества освоения дисциплины в ходе текущей и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Руководящими материалами по текущему контролю успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации студентов Томского политехнического университета», утвержденными приказом ректора № 77/од от 29.11.2011 г.

В соответствии с «Календарным планом изучения дисциплины»:

– текущая аттестация (оценка качества усвоения теоретического материала (ответы на вопросы и др.) и результаты практической деятельности (решение задач, выполнение заданий, решение проблем и др.) производится в течение семестра (оценивается в баллах (максимально 60 баллов), к моменту завершения семестра студент должен набрать не менее 33 баллов);

– промежуточная аттестация (экзамен, зачет) производится в конце семестра (оценивается в баллах (максимально 40 баллов), на экзамене (зачете) студент должен набрать не менее 22 баллов).

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется суммированием баллов, полученных в ходе текущей и промежуточной аттестаций. Максимальный итоговый рейтинг соответствует 100 баллам.

Оценка качества освоения дисциплины в ходе текущей и промежуточной аттестации обучающихся, осуществляется в соответствии с таблицей 5.

Рейтинг качества освоения дисциплины

Оценивающие мероприятия	Кол-во	Баллы за ед.	Баллы
Оценка ИДЗ	2	6	12
Оценка заданий на практических занятиях	16	2	32
Отчет по лабораторной работе	8	2	16
Ответ на экзамене	1	40	40
ИТОГО			100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (РЭУ) ; под ред. Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2014. — 640 с. — Бакалавр. Академический курс. — ISBN 978-5-9916-3806-7.

2. Белозеров, Борис Павлович. Инновационный менеджмент : учебное пособие / Б. П. Белозеров, Н. В. Брит; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ) ; Национальный исследовательский ядерный университет "МИФИ", Северский технологический институт (СТИ) ; Томский государственный архитектурно-строительный университет (ТГАСУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — 190 с. — Библиогр.: с. 189.

3. Инновационный менеджмент : учебное пособие для вузов / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ) ; сост. В. Б. Косов. — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — 77 с. — Библиогр.: с. 77.

4. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Высшая школа экономики (ВШЭ), Национальный исследовательский университет (НИУ) ; под ред. С. В. Мальцевой. — Москва: Юрайт, 2014. — 527 с. — Бакалавр. Академический курс. — Библиогр.: с. 440-447. — ISBN 978-5-9916-3569-1.

5. Вишняков, Яков Дмитриевич. Инновационный менеджмент. Практикум : учебное пособие / Я. Д. Вишняков, К. А. Кирсанов, С. П. Киселева; под ред. Я. Д. Вишнякова. — Москва: КноРус, 2014. — 326 с. — Бакалавриат. — Библиогр.: с. 320-325. — Глоссарий: с. 279-319. — ISBN 978-5-406-03444-6.

6. Герчикова, Ирина Никоновна. Менеджмент : учебник для вузов / И. Н. Герчикова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. — 511 с. — Золотой фонд российских учебников. — Библиогр.: с. 490-499. — ISBN 978-5-238-01095-3.

7. Якобсон, Анатолий Яковлевич. Инновационный менеджмент :

учебное пособие для вузов / А. Я. Якобсон. — 2-е изд., стер. — Москва: Омега-Л, 2014. — 176 с.: ил. — Библиотека высшей школы. — Библиогр.: с. 175-176. — ISBN 978-5-370-02753-6.

8. Фатхутдинов, Раис Ахметович. Инновационный менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. — 6-е изд. — СПб.: Питер, 2014. — 443 с.: ил. — Учебник для вузов. — Стандарт третьего поколения. — Для бакалавров и специалистов. — Библиогр.: с. 440-442. — ISBN 978-5-496-00629-3.

9. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Вузовский учебник Инфра-М, 2014. — 380 с.: ил. — Вузовский учебник. — Библиогр.: с. 357-360. — Термины и определения: с. 361-375. — ISBN 978-5-9558-0311-1. — ISBN 978-5-16-006791-9.

10. Грибов, Владимир Дмитриевич. Инновационный менеджмент : учебное пособие для вузов / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина. — Москва: Инфра-М, 2014. — 311 с.: ил. — Высшее образование. Бакалавриат. — Библиогр.: с. 306-307. — ISBN 978-5-16-004870-3

11. Валдайцев, Сергей Васильевич. Малое инновационное предпринимательство : учебное пособие / С. В. Валдайцев, Н. Н. Молчанов, К. Пецольт. — Москва: Проспект, 2014. — 536 с.: ил. — Библиогр.: с. 524-532. — ISBN 978-5-392-13214-0.

Дополнительная литература:

1. Николаев, М.А. Инвестиционная деятельность / М.А. Николаев. — Москва: Финансы и статистика, 2014. — 336 с. — Доступ только с авторизованных компьютеров. — ISBN 978-5-279-03364-5. Схема доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-279-03364-5>

2. Тебекин, Алексей Васильевич. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Мультимедиа ресурсы (10 директорий; 100 файлов; 740МВ). — Москва: Юрайт, 2014. — 1 Мультимедиа CD-ROM. — Бакалавр. — Электронные учебники издательства "Юрайт". — Электронная версия печатного издания. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Системные требования: Pentium 100 MHz, 16 Mb RAM, Windows 95/98/NT/2000, CDROM, SVGA, звуковая карта, Internet Explorer 5.0 и выше. — ISBN 978-5-9916-3646-9. Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2014/FN/fn-64.pdf>

3. Белозеров, Борис Павлович. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. П. Белозеров, Н. В. Брит; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Физико-технический институт (ФТИ), Кафедра химической технологии редких, рассеянных и радиоактивных элементов (№ 43) (ХТРЭ); Национальный исследовательский ядерный университет "МИФИ", Северский технологический институт (СТИ); Томский государственный архитектурно-строительный университет (ТГАСУ). — 1 компьютерный файл (pdf; 4.2 MB). — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — Заглавие с титульного экрана.

— Электронная версия печатной публикации. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Системные требования: Adobe Reader. Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2014/m490.pdf>

4. Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент / Ж.Д. Дармилова. — Москва: Дашков и К°, 2013. — 168 с. — Доступ только с авторизованных компьютеров. — ISBN 978-5-394-02123-7. Схема доступа:

<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-394-02123-7>

5. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — Москва: ЮНИТИ, 2013. — 391 с.: ил. — Magister. — Библиогр.: с. 386-387. — ISBN 978-5-238-02359-5.

6. Беляев, Юрий Михайлович. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / Ю. М. Беляев. — Москва: Дашков и К, 2013. — 219 с. — Учебные издания для бакалавров. — Глоссарий: с. 194-219. — Библиография в конце глав. — ISBN 978-5-394-02070-4.

7. Кожухар, Владимир Макарович. Инновационный менеджмент : практикум / В. М. Кожухар. — Москва: Дашков и К, 2013. — 200 с. — Терминологический словарь: с. 168-192. — ISBN 978-5-394-01710-0.

8. Дармилова, Женни Давлетовна. Инновационный менеджмент : учебное пособие для вузов / Ж. Д. Дармилова. — Москва: Дашков и К, 2013. — 167 с.: ил. — Учебные издания для бакалавров. — Библиогр.: с. 152-153. — Словарь понятий: с. 154-162. — ISBN 978-5-394-02123-7.

9. Соснин, Эдуард Анатольевич. Управление инновационными проектами : учебное пособие для вузов / Э. А. Соснин. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. — 204 с.: ил. — Высшее образование. — Библиография в конце глав. — Предметный указатель: с. 195-203. — ISBN 978-5-222-21057-4.

10. Блохина, Татьяна Константиновна. Экономика и управление инновационной организацией : учебник для бакалавров и магистров / Т. К. Блохина, О. Н. Быкова, Т. К. Ермолаева; Российская государственная академия интеллектуальной собственности (РГАИС). — Москва: Проспект, 2013. — 427 с.: ил. — Библиогр.: с. 422-423. — ISBN 978-5-392-09213-0.

Internet-ресурсы (в т.ч. Перечень мировых библиотечных ресурсов):

1. <http://www.bp-arkadia.ru> - Сайт консультационного центра «Аркадия»;

2. <http://www.swot-analysis.ru/> – Сайт программ для стратегического планирования;

3. <http://www.stplan.ru/articles/theory/swot.htm> - Стратегическое планирование и управление: практические материалы и теоретические статьи;

4. <http://www.md-management.ru/strategy/swot.html> - Сайт консалтинговой группы «МД», посвященный стратегическому менеджменту;

5. http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_15/article_1636/ - Портал технологий корпоративного управления;

6. http://www.rb-edu.ru/library/articles/articles_5243.html - «Бизнес-образование России» - Общероссийский информационный портал.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6

Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование (компьютерные классы, учебные лаборатории, оборудование)	Корпус, ауд., количество установок
1.	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная)	7 корпус, ауд. 109
2.	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная)	7 корпус, ауд. 110
3.	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная)	7 корпус, ауд. 111
4.	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; монитор (81 см.); доска маркерная)	7 корпус, ауд. 112
5.	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 1.8 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная)	7 корпус, ауд. 114
6.	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb. (10 шт.)	7 корпус, ауд. 115
7.	Компьютерный класс (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная)	7 корпус, ауд. 216
8.	Компьютерный класс (Intel® Core(TM) Duo E 440; 2.4 Ggz.; 2Gb.; HD 360 Gb.; проектор мультимедийный, акустическая система; доска маркерная)	7 корпус, ауд. 217

Рабочая программа «Маркетинговая стратегия организации» составлена на основе Стандарта ООП ТПУ в соответствии с требованиями ФГОС по направлению и профилю подготовки 27.03.05 Инноватика.

Рабочая программа «Маркетинговая стратегия организации» одобрена на заседании кафедры инженерного предпринимательства ИСГТ ТПУ.

(протокол № __24_ от «_11_»_06_____ 2015 г.).

Автор: В.Н. Хачин

Рецензент: В.М. Кизеев, директор группы компаний «Винкорп»