

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»**

**АННОТАЦИЯ**

**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.03.01 Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе**

Направление подготовки Магистратура

38.04.02. Менеджмент

Магистерская программа

«Государственно-частное партнерства»

г. Магас, 2024

## 1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

**Целью** освоения дисциплины «Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе» является формирование глубоких теоретических знаний и практических навыков по разработке маркетинговой стратегии в рамках бизнес - стратегии современного коммерческого предприятия.

Освоение дисциплины предполагает:

- развитие понимания теоретических положений и основных принципов стратегического планирования;
- формирование навыков и умений эффективного принятия решений в области комплекса маркетинга в процессе профессиональной деятельности обучающихся;
- формирование стратегического мышления, всесторонних знаний, практических навыков в решении сложных конкретных стратегических маркетинговых задач, стоящих перед коммерческими предприятиями.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ооп во

Дисциплина «Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 4-й семестр.

Дисциплина «Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Современный стратегический анализ», «Этика и социальная среда бизнеса», «Планирование и организация предпринимательской деятельности».

Дисциплина «Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе в бизнесе» может являться предшествующей для получения навыков профессиональной деятельности.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины. ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины (модуля)

ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-9

Таблица 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	Степень реализации компетенции при изучении дисциплины (модуля)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)		
		Знания	Умения	Владения (навыки)
а) общекультурные компетенции				
не предусмотрены				
б) общепрофессиональные компетенции				

не предусмотрены				
<b>в) профессиональные компетенции</b>				
ПК-2 Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационно го развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Компетенция реализуется в части применения Исследования маркетинговых стратегии в бизнесе в профессиональн ой деятельности	концептуальны е основы формирования корпоративной стратегии и программ организационно го развития; модели организационн ых преобразований и стратегических изменений	ставить стратегические цели, выбирать пути их достижения на основе комплексного стратегического анализа; при разработке корпоративной стратегии и программ организационно го развития генерировать новые идеи в соответствии с отраслевой спецификой	навыками обоснования выбранной стратегии и разработки программ развития и организационн ых изменений, генерировать новые идеи в соответствии с отраслевой спецификой; механизмами реализации корпоративной стратегии и программ организационн ых преобразовани й
ПК-4 Способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес- процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Компетенция реализуется в части применения Исследования маркетинговых стратегии в бизнесе в профессиональн ой деятельности	способы обоснования результатов количественног о и качественного анализа, направления повышения эффективности управления бизнес- процессами	обосновывать и содержательно интерпретирова ть результаты количественног о и качественного анализа и разрабатывать направления повышения эффективности управления бизнес- процессами	навыками обоснования и содержательно й интерпретации результатов количественног о и качественного анализа и выработки направлений повышения эффективности управления бизнес- процессами
ПК-5 Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и	Компетенция реализуется в части применения Исследования маркетинговых стратегии в бизнесе в профессиональн ой деятельности	принципы и методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков	применять методы экономического и стратегического анализа в различных сферах деятельности; применять	инструментари ем экономического и стратегическог о анализа поведения экономических агентов и рынков

рынков глобальной среде	в	глобальной среде; особенности современного стратегического исследования; методики экономического анализа деятельности социально- экономических систем для разработки управленческих решений и их оценки	методы анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, интерпретирова ть результаты для разработки управленческих решений и оценивать их результаты	глобальной среде; навыками управления хозяйствующи ми субъектами на основе результатов экономическог о и стратегическог о анализа, интерпретации результатов для разработки управленчески х решений и оценки их результатов
ПК-6 Способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественным и и зарубежными исследователям и	Компетенция реализуется в части применения Исследования маркетинговых стратегии в бизнесе в профессиональн ой деятельности	методы сбора и обработки информации в процессе проведения исследования, способы обобщения и оценки результатов исследований, методы и приемы критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественным и и зарубежными исследователям и	обобщать результаты отечественных и зарубежных исследователей в области актуальных управленческих проблем; определять теоретическое и практическое значение результатов исследований в области управления; осуществлять обработку полученной информации в ходе проводимого исследования отечественным и и зарубежными учеными	навыками критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления; механизмом обобщения результатов исследований, полученных отечественным и и зарубежными учеными в области управления
ПК-9 Способностью проводить самостоятельны е исследования	Компетенция реализуется в части применения Исследования	методы и методологию проведения собственных исследований в	применять методы и методологию проведения собственных	навыками проведения самостоятельн ых исследований в

в соответствии с разработанной программой	маркетинговых стратегии в бизнесе в профессиональной деятельности	соответствии с разработанной программой, критерии оценки значимости результатов проведенного исследования	исследований в соответствии с разработанной программой, оценивать значимость результатов проведенного исследования	соответствии с разработанной программой, навыками оценки значимости результатов проведенного исследования
---	---	---	--	---

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			4
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
<b>ОБЩАЯ</b> трудоемкость по учебному плану	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактные часы</b>	<b>1,16</b>	<b>42</b>	<b>42</b>
Лекции (Л)		10	10
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)		30	30
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки		2	2
<b>Промежуточная аттестация:</b> зачет			
<b>Самостоятельная работа (СР)</b> в том числе по курсовой работе (проекту)	<b>0</b>	<b>66</b>	<b>66</b>

#### 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины/модуля

##### 5.1. Основная литература

- 1 Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия [Электронный ресурс] : методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 44 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72596.html>
- 2 Комлев Е.Б. Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Б. Комлев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2016. — 199 с. — 978-5-906822-45-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74706.html>
- 3 Сейфуллаева М.Э. Маркетинговые стратегии современных ТНК [Электронный ресурс] : монография / М.Э. Сейфуллаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Научный консультант, 2016. — 202 с. — 978-5-9908699-0-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75329.html>

## **5.2. Дополнительная литература**

- 1 Качественные методы маркетинговых исследований [Электронный ресурс] : методические указания для изучения теоретического материала и выполнения практических работ по дисциплинам «Маркетинг» и «Маркетинговые исследования» направления подготовки 100700.62 – Торговое дело (квалификация «бакалавр») / . — Электрон. текстовые данные. — Ижевск: Ассоциация по методологическому обеспечению деловой активности и общественного развития «Митра», 2013. — 36 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54500.html>
- 2 Романов А.А. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, В.А. Дианова. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008. — 174 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10406.html>
- 3 Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Коротков. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 304 с. — 5-238-00810-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10519.html>

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. — URL: <http://elibrary.ru/> (дата обращения 11.05.2018).
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. — URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 11.05.2018).
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php> (дата обращения 11.07.2018). — Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения 11.07.2018). — Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **7.1. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

В вузе оборудованы помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

### **7.2. Перечень программного обеспечения**

Для подготовки презентаций и их демонстрации необходима программа Impress из свободного пакета офисных приложений OpenOffice (или иной аналог с коммерческой или свободной лицензией).

### **7.3. Перечень информационных справочных систем**

1. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик. — URL: <http://dic.academic.ru>.

2. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

Программу составила:

к.э.н, доцент кафедры Менеджмент Плиева Н.М

(должность, Ф.И.О.)