

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»**

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

И.о. декана факультета Экономики и
управления

_____/М.Х.Булгучев

_____/М.Ш.Мержо

от «22» мая 2024г.

от «23» мая 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.3.1 Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе

Направление подготовки

38.04.02. «Менеджмент»

Направленность

Государственно-частное партнерство

Квалификация выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная

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				
в) профессиональные компетенции				
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>
ОБЩАЯ трудоемкость по учебному плану	3	108	108
Контактные часы	1,16	42	42
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
Промежуточная аттестация: зачет			
Самостоятельная работа (СР) в том числе по курсовой работе (проекту)	0	66	66

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

В данном разделе приводится содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий приведена в Таблице 3, содержание дисциплины по темам (разделам) – в Таблице 4.

Таблица 3. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
			Л	С	ПЗ	ГК/ИК	

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	<i>гр.6</i>	<i>гр.7</i>	<i>гр.8</i>
Семестр № 4							
1.	Концепция и сущность стратегического маркетинга	22	2	6	0	1	13
2.	Стратегическое маркетинговое целеполагание на предприятии	22	2	6	0	1	13
3.	Стратегический маркетинговый анализ среды предприятия	21	2	6	0	0	13
4.	Стратегические маркетинговые альтернативы	21	2	6	0	0	13
5.	Управление реализацией маркетинговой стратегии предприятия	22	2	6	0	0	14
Всего		108	10	30	0	2	66
Промежуточная аттестация (зачет)							
ИТОГО		108	42				66

Примечание: Л – лекции, С – семинары, ПЗ – практические занятия, ГК/ИК – групповые / индивидуальные консультации

Таблица 4. Содержание дисциплины по темам (разделам)

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
1.	Концепция и сущность стратегического маркетинга	Сущность стратегического маркетинга. Научные подходы к стратегическому маркетингу. Развитие стратегического маркетингового управления как области исследования. Интегрированность стратегического и оперативного маркетинга. Продукт, объект, субъект, предмет и уровни стратегического маркетинга. Концепция стратегической бизнес – единицы предприятия.
2.	Стратегическое маркетинговое целеполагание на предприятии	Стратегическое видение и миссия предприятия: сущность и роль в формировании маркетинговой стратегии, требования к формулировке миссии. Интегрированность миссии, стратегических установок, маркетинговых целей и задач предприятия. Стратегические маркетинговые цели предприятия: сущность, классификация, требования к формулировке, методы выработки.
3.	Стратегический маркетинговый анализ среды предприятия	Сущность маркетинговой среды предприятия. Стратегические ресурсы предприятия, используемые в маркетинговой деятельности предприятия: сущность и

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
		оценка. Инструментарий, используемый при проведении анализа среды предприятия.
4.	Стратегические маркетинговые альтернативы	Стратегические маркетинговые решения – основа стратегического маркетинга. Особенности стратегических маркетинговых решений. Стратегические альтернативы маркетинговых решений: сущность, методы выбора. Сценарный подход к выбору стратегических маркетинговых альтернатив. Разработка стратегических маркетинговых решений в условиях неопределенности и риска.
5.	Управление реализацией маркетинговой стратегии предприятия	Процесс реализации маркетинговой стратегии: значение, структура. Контроллинг в системе стратегического маркетинга: содержание и функции.

Таблица 4.1

№	Тема	Для изучения темы, обучающийся должен		
		Знать	Уметь	Владеть
1.	Концепция и сущность стратегического маркетинга	концептуальные основы формирования корпоративной стратегии и программ организационного развития; модели организационных преобразований и стратегических изменений	ставить стратегические цели, выбирать пути их достижения на основе комплексного стратегического анализа; при разработке корпоративной стратегии и программ организационного развития генерировать новые идеи в соответствии с отраслевой спецификой	навыками обоснования выбранной стратегии и разработки программ развития и организационных изменений, генерировать новые идеи в соответствии с отраслевой спецификой; механизмами реализации корпоративной стратегии и программ организационных преобразований
2.	Стратегическое маркетинговое целеполагание на предприятии	способы обоснования результатов количественного и качественного анализа, направления повышения эффективности управления бизнес-	обосновывать и содержательно интерпретировать результаты количественного и качественного анализа и разрабатывать направления повышения	навыками обоснования и содержательной интерпретации результатов количественного и качественного анализа и выработки направлений

		процессами	эффективности управления бизнес- процессами	повышения эффективности управления бизнес- процессами
3.	Стратегический маркетинговый анализ среды предприятия	принципы и методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; особенности современного стратегического исследования; методики экономического анализа деятельности социально-экономических систем для разработки управленческих решений и их оценки	применять методы экономического и стратегического анализа в различных сферах деятельности; применять методы анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, интерпретировать результаты для разработки управленческих решений и оценивать их результаты	инструментарием экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; навыками управления хозяйствующими субъектами на основе результатов экономического и стратегического анализа, интерпретации результатов для разработки управленческих решений и оценки их результатов
4.	Стратегические маркетинговые альтернативы	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 отечественными и зарубежными исследователями	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 отечественными и зарубежными учеными	навыками критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления; механизмом обобщения результатов исследований, полученных отечественными и зарубежными учеными в области управления
5.	Управление реализацией	методы и методологию	применять методы и методологию	навыками проведения

маркетинговой стратегии предприятия	проведения собственных исследований в соответствии с разработанной программой, критерии оценки значимости результатов проведенного исследования	проведения собственных исследований в соответствии с разработанной программой, оценивать значимость результатов проведенного исследования	самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой, навыками оценки значимости результатов проведенного исследования
-------------------------------------	---	---	--

6. Образовательные технологии

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

- лекции (занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;
- занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Содержание дисциплины, виды, темы учебных занятий и форм контрольных мероприятий дисциплины представлены в разделе 5 настоящей программы и фонде оценочных средств по дисциплине.

Текущая аттестация по дисциплине (модулю). Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в университете.

По итогам текущей аттестации, ведущий преподаватель (лектор) осуществляет допуск обучающегося к промежуточной аттестации.

Допуск к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных настоящей программой дисциплины в полном объеме. Преподаватель имеет право изменять количество и содержание заданий, выдаваемых обучающимся (обучающемуся), исходя из контингента (уровня подготовленности).

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине осуществляет преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия.

Обучающийся, имеющий учебные (академические) задолженности (пропуски учебных занятий, не выполнивший успешно задания(е)) обязан отработать их в полном объеме.

Отработка учебных (академических) задолженностей по дисциплине (модулю).

В случае наличия учебной (академической) задолженности по дисциплине, обучающийся отрабатывает пропущенные занятия и выполняет запланированные и выданные преподавателем задания. Отработка проводится в период семестрового обучения или в период сессии согласно графику (расписанию) консультаций преподавателя.

Обучающийся, пропустивший *лекционное занятие*, обязан предоставить преподавателю реферативный конспект соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым вопросам в соответствии с настоящей программой.

Обучающийся, пропустивший *практическое занятие*, отрабатывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на *практическом* занятии вопросам в соответствии с настоящей программой или в форме, предложенной преподавателем. Кроме того, выполняет все учебные задания. Учебное задание считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

Преподаватель имеет право снизить балльную (в том числе рейтинговую) оценку обучающемуся за невыполненное в срок задание (по неуважительной причине).

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю). Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в соответствии с положением о промежуточной аттестации обучающихся в университете и оценивается: и рейтинговых баллов, назначаемых в соответствии с принятой в вузе балльно-рейтинговой системой.

Оценка знаний обучающегося оценивается по критериям, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№ раздела	Наименование раздела	Содержание средств контроля (вопросы самоконтроля)	Учебно-методическое обеспечение*	Трудоемкость
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>
1.	Концепция и сущность стратегического маркетинга	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	13
2.	Стратегическое маркетинговое целеполагание на предприятии	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с	О: [1-3] Д: [1-3]	13

		темой		
3.	Стратегический маркетинговый анализ среды предприятия	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	13
4.	Стратегические маркетинговые альтернативы	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	13
5.	Управление реализацией маркетинговой стратегии предприятия	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	14

Примечание: О: – основная литература, Д: – дополнительная литература; в скобках – порядковый номер по списку

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать копилку знаний, умений и навыков, которую можно использовать как при прохождении практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины/модуля

8.1. 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>

8.2. 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>

9. 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.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания предназначены для помощи обучающимся в освоении. Для успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, которая является важнейшей формой организации учебного процесса. Лекция:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- выясните тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,

- постарайтесь определить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,
- определите, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя,
- выполните домашнее задание.

Учтите, что:

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы (последние являются эффективными формами работы);
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не удовлетворительные результаты.

В самом начале учебного курса познакомьтесь с рабочей программой дисциплины и другой учебно-методической документацией, включающими:

- перечень знаний и умений, которыми обучающийся должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- учебники, учебные пособия, а также электронные ресурсы;
- перечень экзаменационных вопросов (вопросов к зачету).

После этого у вас должно сформироваться чёткое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации.

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

11.1. 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.

11.2. 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).

11.3. 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.

12. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины/модуля

Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ № 986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки.

Для проведения всех видов учебных занятий по дисциплине и обеспечения интерактивных методов обучения, необходимы столы, стулья (на группу по количеству посадочных мест с возможностью расстановки для круглых столов, дискуссий, прочее); доска интерактивная с рабочим местом (мультимедийный проектор с экраном и рабочим местом); желателен доступ в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации настоящей дисциплины ОПОП ВО необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры образовательного учреждения.

Рабочая программа дисциплины «Исследование маркетинговых стратегий в бизнесе» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» августа 2020 г. №970.

Программу составила:

к.э.н, доцент кафедры Менеджмент Плиева Н.М
(должность,Ф.И.О.)

Программа одобрена на заседании кафедры «Менеджмент»
Протокол №9 от «22» мая 2024 года

Программа одобрена Учебно-методическим советом факультета Экономики и управления.
Протокол № 9 от «22» мая 2024 года