|  |  |
| --- | --- |
|  **Аннотация** |  |
|  **Рабочей программы дисциплины** |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |
| Дисциплина  | Маркстрат (бизнес-симуляция)  |
| Направление подготовки  | 38.04.02 Менеджмент  |
| Профиль  | Маркетинг и брендинг  |
| Объем дисциплины  | 3 з.е  |
| Формы промежуточной аттестации  |  Зачет |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
|  Тема |  Наименование темы |
|  Тема 1. |  Сущность, концепция, правила и интерфейс бизнес-симуляции «Маркстрат». Методы изучения рынка, его потенциала и тенденций развития с помощью бизнес-симуляции «Маркстрат». |
|  Тема 2. |  Проведение пробного раунда и анализ его результатов: определение конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг, разработка стратегии формирования цен на товары организации с учетом маркетинговых исследований, формирование сбытовой политики. |
|  Тема 3. |  Создание брендов, внедрение их на рынок. Разработка программы создания инновационных товаров (брендов) с использованием прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации. |
|  Тема 4. |  Проведение основных раундов игры: управление брендами и их продажами, использование инструментов бренд-менеджмента. Регулирование маркетинговой деятельности предприятия с учетом Российского и международного законодательств. |
|  Тема 5. |  Разработка системы маркетинговой деятельности предприятия с использованием инструментов проектного управления. |
|  Тема 6. |  Анализ деятельности организации, составление отчётов. Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров. |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |
|  **Основная литература:** |
|  1. Старов С.А. Управление собственными торговыми марками розничных сетей [Электронный ресурс]:Монография. - СПб: Издательство "Высшая школа менеджмента", 2013. - 492 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/493529 |
|  2. Гусарова В., Птуха К. Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 208 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/926055 |
|  3. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системый бренд-менеджмент [Электронный ресурс]:Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности менеджмента и маркетинга. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 655 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1028854 |
|  4. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Управление конкурентоспособностью:учебное пособие. - Москва: Омега-Л, 2007. - 325 |
|  **Дополнительная литература:** |

|  |
| --- |
|  1. Синяева И. М., Жильцова О. Н. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник Для вузов. - Москва: Юрайт, 2019. - 495 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/445444 |
|  2. Кокинз Г., Тимофеев П.В. Управление результативностью [Электронный ресурс]:Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами Учебное пособие. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2017. - 318 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/926093 |
|  3. Голова А.Г. Управление продажами [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093501 |
|  4. Клепик М. С. Увеличение продаж без особых материальных затрат:клиентинг без бюджета. - Москва: Дашков и К°, 2012. - 85 |
|  5. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга:учебник для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям. - Москва: Юрайт, 2018. - 350 |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**   |
|  **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
|  **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021    |
| **Маркстрат** https://web.stratxsimulations.com  |
| Аннотацию подготовил: Худякова Т.С.  |