|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра управления качеством и экспертизы товаров и услуг | | | |  |  |
| Дисциплина | | Маркстрат (стратегическая бизнес-симуляция) | |  |  |
| Направление подготовки | | 27.04.02 Управление качеством | |  |  |
| Профиль | | Управление качеством в бизнес-системах | |  |  |
| Объем дисциплины | | 4 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» (ПК-1) | | | |  |
| 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 (ПК-1). | | | |  |
| Тема 3. | Создание брендов, внедрение их на рынок (УК-2). | | | |  |
| Тема 4. | Проведение основных раундов игры: управление брендами и их продажами, использование инструментов бренд-менеджмента (УК-2) | | | |  |
| Тема 5. | Разработка системы маркетинговой деятельности предприятия (ПК-1). | | | |  |
| Тема 6. | Анализ деятельности организации, составление отчётов. Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (ПК-1). | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основная 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. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательский Центр РИО�, 2022. - 176 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1856552 | | | | | |
| 3. Латышова Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К., Карпова С.В., Фирсова И.А., Азарова С.П., Пантелеева Е.К., Рожков А.Г., Рожков К.Л. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии [Электронный ресурс]:Монография. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 241 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1875215 | | | | | |
| 4. Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р., Андреев С.Н., Асалиев А.М., Данченок Л.А., Мешков А. А., Мусатов Б.В., Мхитарян С. В., Сагинова О.В., Сейфуллаева М.Э., Никишкин В.В., Мусатова Ж.Б., Голубкова Е.Н., Ивашкова Н. И., Лукина А. В., Муртузалиева Т. В., Широченская И.П., Ефимова Д.М., Невоструев П.Ю., Просвиркин Б.Л., Цветкова А.Б., Рыкалина О.В., Твердохлебова М.Д., Лопатинская И.В., Гринева О.О., Гусейнова З.А., Перепёлкин Н.А., Маркин И.М. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 589 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1912407 | | | | | |

|  |
| --- |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. 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 |
|
| 2. 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 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1028854 |
| 3. Голова А.Г. Управление продажами [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 с. – 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 +. Срок действия лицензии до 31.12.2023 |
| **Маркстрат**  https://web.stratxsimulations.com |
|  |
| Аннотацию подготовил: Худякова Т.С. |

.