

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт бизнеса и делового администрирования

УТВЕРЖДЕНА
ученым советом РАНХиГС
(в составе ДПП)
Протокол от 20 марта 2025 г. № 3

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-симуляция «Стратегический маркетинг»

ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
(профессиональной переподготовки)

Мастер делового администрирования

Форма обучения очно-заочная

Москва, 2025 год

Автор(ы)–составитель(и):

доцент, к.э.н.



Бернштейн Мария Михайловна

(ученое звание, ученая степень, должность)

(Подпись)

(Ф.И.О.)

Содержание

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	4
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.1 СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	7
6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	7
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
7.1 СПИСОК НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ ДОКУМЕНТОВ:	9
7.2 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	9
7.3 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	9
7.4 ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ.....	9
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью дисциплины является достижение следующих результатов образовательных результатов:

Слушатель должен:

- Обладать прикладными навыками анализа и принятия решений в рамках реализации стратегии компании, систематическими знаниями управленческого процесса в области маркетинга, производства, продаж, НИОКР, финансов и исследований
- • уметь учитывать при разработке стратегии такие параметры как соотношение доли рынка/прибыльности с краткосрочными и долгосрочными перспективами, влияние опыта, состав продуктового портфеля, сегментация рынка и позиционирование продукта, барьеры для входа или конкурентные преимущества
- • получить опыт в распределении ресурсов компании в долгосрочной перспективе, маркетингового планирования, ситуационного планирования и контроля за деятельностью компании
- • научиться применять этап анализа на практике – использовать обширный набор из более чем 15 исследований рынка, включая сравнительный анализ по отрасли, исследование осведомленности, намерение совершить покупку, покупательское поведение, сводная информация о потребителях, по каналам сбыта, семантические шкалы, построение карты восприятия, рыночный прогноз, оценки рекламы конкурентов, оценки деятельности коммерческих отделов конкурентов и т.д. для принятия решений и мониторинга результатов
- • усовершенствовать навыки принятия решений в области маркетинговой стратегии, включая ценообразование, разработку нового продукта, позиционирование продукта
- • приобрести навык эффективного управления командой

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Таблица 1.

Планируемые результаты обучения дисциплины

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
ВД 1. Руководство предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации.	ПК-2. Способность интегрировать различные аспекты бизнеса и менеджмента в построении политики развития бизнеса и решении практических задач ПСК-1 Операционное управление персоналом и структурным подразделением организации.	Знать - особенности маркетинговой стратегии, включая ценообразование, разработку нового продукта, позиционирование продукта Знать - особенности распределения ресурсов компании в долгосрочной перспективе,	Уметь – учитывать при разработке стратегии такие параметры как соотношение доли рынка/прибыльности с краткосрочными и долгосрочными перспективами, влияние опыта, состав продуктового портфеля	Владеть навыками - анализа и принятия решений в рамках реализации стратегии компании, систематическими знаниями управленческого процесса в области маркетинга, производства, продаж, НИОКР, финансов и исследований Владеть навы-

		маркетингового планирования, ситуационного планирования;	Уметь - анализировать современные организации с помощью количественных и качественных методов системного анализа	ками эффективного управления командой
--	--	--	--	---------------------------------------

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость курса 52 академических часа,

Таблица 2

Объем дисциплины

Вид учебной работы		Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:		20	
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)		8/2	
лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)			
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)		12/12	
Самостоятельная работа слушателя (СР)		32	
Промежуточная аттестация	форма	Зачет	
	час.		
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е.)		52	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Структура дисциплины

Таблица 3

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)					С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)					Форма текущего контроля успеваемо- сти ¹ , проме- жуточной аттестации
			Всего	Контактная рабо- та			СР	Всего	Контактная ра- бота			СР	
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ	ПЗ		
1.	Введение в биз- нес-симуляцию: Цели и правила бизнес- симуляции	6	2	2		4						О	

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), деловая игра (ДИ), практикум (П)

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				Форма текущего контроля успеваемо- сти ¹ , проме- жуточной аттестации		
			Всего	Контактная рабо- та			СР	Всего	Контактная ра- бота			СР	
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ			ПЗ
2.	Проведение аукциона: Оценка профилей компаний и потенциала рынка Размещение ставки на компанию/компания	6	2	2		4							
3.	Анализ отрасли и конкурентов	9	3			3	6					ДИ	
4.	Анализ предпочтений потребителей. Применение многомерного шкалирования, семантического анализа	11	5	2		3	6					ДИ	
5.	Углубленное изучение отраслевых тенденций и конкурентный анализ	10	4	1		3	6					ДИ	
6.	Запуск НИОКР проектов для подготовки к будущему (рынки Sonite и Vodite)	10	4	1		3	6					ДИ	
Итого:		52	20	8		12	32						
	Подготовка и сдача экзамена/зачета											Зачет	
Всего		52	20	8		12	32						

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 4

Номер и название разделов (тем)	Темы лекций	Темы практических занятий
Тема 1. Введение в бизнес-симуляцию: Цели и правила бизнес-симуляции	Мир MarkStrat Управление фирмой Правила аукциона – 2 ак. час.	

Номер и название разделов (тем)	Темы лекций	Темы практических занятий
Тема 2. Проведение аукциона: Оценка профилей компаний и потенциала рынка Размещение ставки	Оценка профилей компаний и потенциала рынка Размещение ставки на компанию/компаниям – 2 ак. час.	
Тема 3. Анализ отрасли и конкурентов		Определение сильных и слабых сторон и ключевых конкурентных преимуществ компании. Анализ портфеля брендов компании – 3 ак. час.
Тема 4. Анализ предпочтений потребителей. Применение многомерного шкалирования, семантического анализа	Анализ предпочтений клиентов и маркетинговое планирование, создание инновации ценности (низкая себестоимость, высокая ценность для клиента) – 2 ак. час.	Введение в НИОКР Sonites и Vodites. Запуск новых продуктов. Выход на новый рынок – 3 ак. час.
Тема 5. Углубленное изучение отраслевых тенденций и конкурентный анализ	Сопоставление маркетинговых возможностей и корпоративных ресурсов, планирование долгосрочной деятельности и распределение ресурсов, финансовые показатели и прогнозирование – 1 ак. час	Упражнение на планирование Постановка долгосрочных целей Уровни бренда и фирмы • Маркетинговые цели • Финансовые цели Упражнение по запуску Vodite 3 ак. час.
Тема 6. Запуск НИОКР проектов для подготовки к будущему (рынки Sonite и Vodite)	Реализация стратегии, координация с другими подразделениями фирмы, в частности НИОКР, ситуационное планирование, оценка эффективности маркетинга и адаптация маркетингового плана – 1 ак. час	Запуск новых/модифицированных продуктов Комплекс маркетинга и коммерческий отдел Планирование производства (работа с оценкой спроса и складскими запасами) Заказ маркетинговых исследований Распределение бюджета – 3 ак. часа.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа слушателя предполагает:

- повторение лекционного материала и материала учебников к текущему контролю,
- подготовка к написанию эссе,
- самостоятельное изучение разделов курса.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится на основе следующих элементов в соотношении, указанном ниже:

Индивидуальное письменное эссе 30%

Бизнес-симуляция MarkStrat 70%

Индивидуальное эссе. Эссе (индивидуальный комментарий-рассуждение) будет составлять 30% от итоговой оценки за курс. Эссе необходимо представить в объеме 2-3 страницы

Список вопросов для подготовки к написанию эссе.

- Что вы узнали о своих сильных и слабых сторонах в процессе разработки стратегии компании?
- Какова ценность знаний и навыков, полученных с помощью этого модуля бизнес-симуляции?
- Как бы вы по-другому организовали командную работу, если бы у вас была возможность снова пройти симуляцию?
- Что бы вы сделали по-другому с точки зрения стратегии и тактики вашей виртуальной компании, основываясь на командном и индивидуальном опыте обучения?
- С какой проблемой было труднее всего справиться во время бизнес-симуляции?
- Ключевые уроки, извлеченные из полученного опыта побед и неудач во время бизнес-симуляции
- Как, по вашему мнению, вы можете применить полученные из этого опыта знания к своему текущему бизнесу?

Данное задание должно быть выполнено в форме критического размышления, а не описания процесса. Пожалуйста, опишите контекст, будьте конкретны, основываясь на фактах и четко формулируйте свои мысли. При необходимости подкрепите свое эссе доказательствами/примерами.

Бизнес-симуляция MarkStrat. Оставшиеся 70% итоговой оценки будут состоять из:

20% – Индекс курса акций (Share Price Index - SPI). Данный индекс учитывает несколько показателей, включая полученную чистую валовую прибыль, долю продукта на рынке, способность компании увеличивать доходы организации и качество успешно завершенных проектов.

20% – Финальные презентации. После завершения симуляции каждая команда готовит презентацию в виде ретроспективного анализа деятельности компании и предоставляет оценку реализованных шагов, а также выявляет причины неудач и успехов компании

ПРИМЕЧАНИЕ! ОЦЕНКА ДРУГИХ УЧАСТНИКОВ будет влиять на итоговый процент, который получит участник.

Презентации оцениваются по следующим критериям:

Качество презентации: Слайды удобно читать, информация хорошо организована и логична

Качество анализа: Четкое выявление проблемы, Использование информации аналитических отчетов, Точность и актуальность информации

Изложение и обсуждение: Рациональное использование времени, четкое введение и заключение, Успешное проведение части "Вопросы и ответы", Участие всех членов команды, Способность аргументировать обозначенные суждения по реализованной стратегии.

30% – Участие в сессиях по принятию решений и сдача заданий. Каждый участник должен будет участвовать в процессе принятия решений, что составит 14% от оценки. Во время бизнес-симуляции также будет три задания, которые составят еще 16% от оценки.

Таблица 5

Оценивание слушателя на зачете по дисциплине

Баллы, %	Оценка	Требования к знаниям
60-100	«зачтено»	Эссе – не менее 20 баллов Финальная презентация – не менее 40 баллов
< 60	«не зачтено»	Эссе – менее 20 баллов Финальная презентация – менее 40 баллов

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Список нормативных правовых документов:

1. Федеральный Закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 г. №127-ФЗ
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 30 декабря 2001г. № 197-ФЗ

7.2 Основная литература.

1. Ж.-Ж. Ламбен. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. С. - Пб.: Изд-во Питер, 2017
2. Кочеткова А.И., Кочетков П.Н. Антикризисное управление. инструментарий. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2017. <https://biblio-online.ru/book/7872D77A-EBB7-43AA-AF1E-D30BA4D8D3C9>
3. Гореликов К.А. Антикризисное управление: учебник. Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2016.
<https://eds.a.ebscohost.com/eds/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie45PFKsK%2buTrGk63nn5Kx94um%2bUa2qrUqup7U4r6a4TLKwskmet8s%2b8ujfhvHX4Yzn5eyB4rOrUK%2brsE23qa9JpOLfhuWz8I2k2uBV49rxjerlpzf3btZzJzfhrv b4ovz4ulGsa6zULKppH7t6Ot58rPkjeri8n326qR%2f89vxjLvK8I3j&vid=6&sid=ad166772-abd6-4039-a9fb-de116e101ec3@sessionmgr4010>
4. Кристофер Лавлок - Маркетинг услуг. Персонал, технология, стратегия. Подробнее: <https://www.labirint.ru/books/633538/M>: КноРус, 2019 г.
5. Наумов В.Н., Стратегический маркетинг. Учебник, Инфра-М, 2024 г.

7.3 Дополнительная литература.

1. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. СПб: ПИТЕР, 2019.
2. Адизес И.К. Управление изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни. Пер. с англ. Изд.: Питер. 2018.
3. Грант Р. Современный стратегический анализ, СПб: ПИТЕР, 2022.
4. Фоксол, Р.Голдсмит, С Браун. Психология потребителя в маркетинге. Из-во Питер, 2007.
5. Мэнкинс, М. Хватит строить планы пора решать / М. Мэнкинс, Р. Стил // Harvard Business Review. – 2014.

7.4 Интернет-ресурсы.

1. <http://www.sostav.ru>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список учебно-лабораторного оборудования для реализации дисциплины и проведения промежуточной аттестации.

- мультимедийный проектор

- ноутбук
- флипчарт и маркеры
- доска (мел или маркеры в зависимости от качества доски)

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей.

- при проведении лекционных занятий предусматривается использование системы мультимедиа.
- пакет лицензионного программного обеспечения общего назначения Microsoft Office (презентационный редактор MS PowerPoint, текстовый редактор MS Word, электронные таблицы MS Excel), а также Adobe Acrobat Reader
- программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов
- интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).