

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Решением Ученого Советаот «29» августа 2023 г. протокол № 6 | **УТВЕРЖДАЮ**Ректор АНО ВО «СГЛА»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.04 Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.04.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Стратегический менеджмент и маркетинг** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения****Год начала обучения** | **Очная****2023** |
| **Реализуется в семестре** | **1 курс 1** |

**Б1.В.01** Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований

|  |  |
| --- | --- |
| Краткое содержание  | Стратегический анализ как этап стратегического управления. Информационная база стратегического анализа. Организация проведения сбора стратегической информации. Методологические основы проведения стратегического анализа. Методы стратегического анализа внешней среды организации. Методы стратегического анализа внутренней среды организации. Интеграционный стратегический анализ и его методы. Стратегический конкурентный анализ поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. Применение матричных методов портфельного анализа в стратегическом анализе и планировании. Теоретические и организационные основы маркетинговых исследований. Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Методы онлайн-исследований в маркетинге. Построение выборки для проведения маркетингового исследования. Инструментарий сегментирования рынка. Конкурентный анализ как элемент маркетинговых исследований. Стратегический маркетинговый анализ. Методы количественного и качественного анализа в маркетинговых исследованиях, их использование для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами.   |
| Результаты освоения дисциплины   | Основываясь на знании методологии стратегического анализа и методов и инструментов маркетинговых исследований способен самостоятельно осуществлять разработку научно-исследовательского проекта в области стратегического менеджмента и маркетинга Способен представлять результаты проведенного стратегического анализа и маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада. При проведении стратегического анализа и маркетинговых исследований способен осуществлять сбор, обработку, мониторинг и интерпретацию информации о факторах внешней и внутренней среды на различных сегментах рынка с использованием информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде.  |
| Трудоемкость, з.е.  | 5  |
| Формы отчетности  | экзамен курсовая работа  |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**  |
| Основная литература  |  1. Вылгина, Ю. В.; Современный стратегический анализ

Электронный ресурс / Вылгина Ю. В. : учебное пособие. - Иваново: ИГЭУ, 2020. - 84 с. - Печатается по решению редакционноиздательского совета ФГБОУВО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина», экземпляров неограничено 1. Современный стратегический анализ Электронный ресурс: Учебное пособие для СПО / Е. Ю. Кузнецова [и др.] ; ред. Е. Ю.

Кузнецовой. - Современный стратегический анализ,2029-09-11. - Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | университет, 2019. - 129 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4488-0458-8, 978-5-7996-2807-9, экземпляров неограничено 1. Моисеева, Е. Е. Современный стратегический анализ

Электронный ресурс / Моисеева Е. Е.: учебное пособие. - Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2017. - 90 с. - Утверждено редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия для студентов магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленности «Управление инновациями и StartUp в предпринимательской среде», «Управление бизнеспроцессами», «Стратегия развития кадрового потенциала организации», «Стратегический управленческий учет», всех форм обучения, экземпляров неограничено 1. Приказчикова, Ю. В. Современный стратегический анализ Электронный ресурс / Приказчикова Ю. В. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 47 с. - Рекомендовано методической комиссией Института экономики и предпринимательства ННГУ для иностранных студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистратура) на английском языке, экземпляров неограничено
2. Никифорова, Л. Е. Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты Электронный ресурс: Учебное пособие / Л. Е. Никифорова, С. В. Цуриков, Е. А. Разомасова. - Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты,2029-09-09. - Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2017.

- 250 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN  978-5-7014-0789-1, экземпляров неограничен 1. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовской учебник : ИНФРА-М, 2013. - 368 с. : ил. ; 22. - (Вузовский учебник). - Гриф: Доп. УМО. - Библиогр.: с. 363-365. - ISBN 978-5-9558-0233-6. -

ISBN 978-5-16-005152-9, экземпляров неограниченно 1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования / А.В. Коротков. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - ISBN 5-238-00810-4, экземпляров неограничено
 |
| Дополнительная литература  | 1. Ополченова, Е.В. Современный стратегический анализ

Электронный ресурс: учебное пособие / Е.В. Ополченова. - Современный стратегический анализ,2021-05-31. - Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016. - 112 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-598699-187-0, экземпляров неограничено 1. Сбоева, И.А. Современный стратегический анализ Электронный ресурс: учебно-методическое пособие / сост. И.А. Сбоева. - ЙошкарОла: Поволжский государственный технологический университет, 2015. - 27 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограничено
2. Панов, А. И. Стратегический менеджмент / А.И. Панов; И.О.

Коробейников; В.А. Панов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 5-238-01052-4, экземпляров неограничено 1. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ: учебник для вузов / Л.Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 254, [1] с.: ил.;
 |
|  | 22. - (Высшее образование. Магистратура). - Гриф: Рек. УМО. - Библиогр.: с. 250-252. - ISBN 978-5-16-005655-5, экземпляров неограничено 1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом.напр. и специальностям / А.

П. Карасев. - Москва :Юрайт, 2017. - 324 с. : ил., табл. - (Бакалавр.Прикладной курс). - Гриф: Рек. УМО. - Библиогр.: с. 322-323. - ISBN 978-5-534-03594-0 1. Чернышева, А. М.; Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова, Ч. 1. - Москва :Юрайт,

2017. - 245 с. : ил., табл. - (Бакалавр.Академический курс). - Гриф: Рек. УМО. - ISBN 978-5-9916-8567-2. - ISBN 978-5-9916-8566-5 7. Маренко, В. А. Информационно-аналитические методы в маркетинговых исследованиях : Учебное пособие / Маренко В. А. - Омск : Омский государственный институт сервиса, 2013. - 130 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-93252-287-5, экземпляров неограничено  |