

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Маланичева Наталья Николаевна
Должность: директор филиала
Дата подписания: 08.09.2022 15:30:38
Уникальный программный ключ:
94732c3d953a82d495dcc3155d5c573883fedd18

Аннотация к рабочей программе по дисциплине «Маркетинговый анализ»

1.1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинговый анализ» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта.

Цели изучения дисциплины:

- в доступной для обучающихся форме изложить вопросы теории маркетинга;
- освоение целей, задач, инструментов маркетинга;
- ознакомить обучающихся с товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационными политиками;
- получение практических навыков маркетинговых исследований;
- получение представления в области сегментации рынка и позиционирования товара.

Основными задачами изучения дисциплины «Маркетинговый анализ» формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о самом важном инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании; создание крепких основ системы конкретных умений, что позволяют успешно применять полученные знания на практике.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины	Результаты освоения учебной дисциплины
ПК-4 Способен проводить расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации	
ПК-4.3. Применяет методы маркетингового исследования показателей деятельности организации	Знать: <ul style="list-style-type: none">- методы сбора информации для маркетингового анализа;- модели поведения экономических агентов на рынке;- методы и инструменты количественного и качественного анализа.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- осуществлять анализ рынков на основе современных методов;- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;- разрабатывать конкурентную стратегию развития организации.
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками количественного и качественного анализа для решения поставленных задач;- методами и инструментами стратегического маркетингового исследования;- методами обработки полученных данных для принятия решений по маркетингу.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Маркетинговый анализ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока Б1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

3. Объем дисциплины (модуля)

- 180 часов;
- 5 з.е.

4. Содержание дисциплины (модуля)

Содержание и направления маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований. Основные этапы проведения маркетинговых исследований. Основные методы сбора данных при проведении маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами. Инструментарий маркетингового анализа. Подготовка аналитических материалов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности. Исследование внешней маркетинговой среды предприятия. Маркетинговый анализ рынка. Диагностика и анализ конкурентной среды. Маркетинговый анализ поведения потребителей. Изучение нового продукта. Изучение методов ценообразования и стимулирования сбыта продукции. Статистические методы прогнозирования. Факторные модели прогнозирования спроса и емкости рынка

5. Формы контроля

Форма текущего контроля – дискуссия

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

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

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии и программное обеспечение:

- для проведения лекций, демонстрации презентаций и ведения интерактивных занятий: MS PowerPoint;
- для выполнения практических занятий: Microsoft Office 2003 и выше;
- для самостоятельной работы обучающихся: Windows 7 и выше, Microsoft Office 2003 и выше;
- для оформления отчетов и иной документации: Microsoft Office 2003 и выше.

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата (проведение занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) - Кабинет менеджмента, аудитория № 601.

Специализированная мебель: столы ученические - 11 шт., стулья ученические - 22 шт., доска настенная - 1 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт. Технические средства обучения: переносной экран, переносной проектор, ноутбук. Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины - комплект презентаций (хранится на кафедре).