

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
<b>ПК-4</b> Способен проводить расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации	
<b>ПК-4.3.</b> Применяет методы маркетингового исследования показателей деятельности организации	<b>Знать:</b> - методы сбора информации для маркетингового анализа; - модели поведения экономических агентов на рынке; - методы и инструменты количественного и качественного анализа.
	<b>Уметь:</b> - осуществлять анализ рынков на основе современных методов; - использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; - разрабатывать конкурентную стратегию развития организации.
	<b>Владеть:</b> - 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).