

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Куижева Саида Казбековна

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.08.2023 20:37:23

Уникальный программный ключ:

71183e1154e19c1a69b206d48027105c1a975e6f

Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговый анализ и аудит

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению

38.04.02 Менеджмент профиль Менеджмент и маркетинг

Целью освоения дисциплины: научить слушателей пользоваться минимальным практическим инструментарием и примерами опыта других организаций в проведении маркетингового аудита, чтобы работая в компании и получив задачу проведения маркетингового анализа, аудита или ситуационного анализа, слушатель смог бы самостоятельно организовать и провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.

Задачи:

- создание системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетингового анализа и аудита.
- первичное знакомство студентов с некоторыми техниками сбора маркетинговой информации, необходимой будущим управленцам.
- формирование у студентов общего представления о целях и методах анализа собранных данных.
- обучение ориентироваться в выборе необходимых и достаточных маркетинговых инструментов при решении тех или иных конкретных поставленных задач.
- владение особенностями, достоинствами и недостатками источников маркетинговой информации для проведения маркетингового анализа и аудита.
- предоставление возможности овладения практическими навыками проведения простейших аудиторских проверок в области системы маркетинга организаций.
- создание представления об оптимальных бизнес-процессах системы маркетинга, вариантах их реинжиниринга, существующих типовых ошибках при их построении.

Основные блоки и темы дисциплины: Сущность и назначение аудита маркетинга. Планирование и организация самоаудита маркетинга. Аудит внешней среды маркетинга компании. Аудит внутренней среды маркетинга компании. Интерпретация результатов аудита маркетинга.

Учебная дисциплина «Маркетинговый анализ и аудит» входит в перечень курсов вариативной части дисциплин по выбору ООП.

В результате изучения дисциплины магистрант должен обладать следующими компетенциями (ПКУВ-2.1, ПКУВ-2.2, ПКУВ-4.2):

знать: ключевые понятия, цели и задачи использования маркетингового анализа и аудита в различных направлениях маркетинга; основные приемы работы на изучаемом рынке и ключевые показатели эффективности его проведения;

уметь: анализировать макро- и микросреду рынка; разрабатывать концепцию проведения маркетингового анализа и аудита; выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы; проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей; обрабатывать и анализировать результаты проведенных аудиторских проверок;

владеть: навыками использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетингового анализа и аудита; навыками получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия.

Дисциплина «Маркетинговый анализ и аудит» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик: к.э.н., доцент

Н.Г. Маськова

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению

Л.И. Задорожная