

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(«ВятГУ»)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_4-38.03.02.02_2016_53283

Аннотированная программа учебной дисциплины
Маркетинговый анализ деятельности предприятия

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр. <small>бакалавр, магистр, специалист, преподаватель, преподаватель-исследователь</small>
Направление подготовки	38.03.02 <small>шифр</small>
Направленность (профиль)	Менеджмент <small>наименование</small> 3-38.03.02.02 <small>шифр</small> Управление проектами <small>наименование</small>
Формы обучения	Заочная, Очная <small>наименование</small>
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>

Сведения о разработчиках аннотированной программы учебной дисциплины

Маркетинговый анализ деятельности предприятия

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02
	шифр
	Управление проектами
	наименование
Формы обучения	Заочная, Очная
	наименование

Разработчики РП

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Катаева Наталья Николаевна

степень, звание, ФИО

Зав. кафедры ведущей дисциплину

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна

степень, звание, ФИО

РП соответствует требованиям ФГОС ВО

РП соответствует запросам и требованиям работодателей

**Аннотированная программа учебной дисциплины: Маркетинговый анализ
деятельности предприятия**

Учебная дисциплина входит в учебный цикл	Б1
Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики	Введение в профессию Маркетинг Экономика организаций (предприятий)
Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики	Маркетинг товаров и услуг Маркетинговые коммуникации Стратегический менеджмент Управление разработкой и внедрением нового продукта
Концепция учебной дисциплины	Данный курс ориентирован на формирование компетенций, необходимых для принятия эффективных решений в маркетинговой деятельности на основе проведенного анализа, а также обеспечение приобретения знаний, умения и навыков в области маркетингового анализа деятельности предприятия, знакомство с методиками проведения маркетингового анализа и применение навыков в маркетинговой деятельности предприятия
Цель учебной дисциплины	обучение студентов владению теоретической базой и практическими навыками в области маркетингового анализа в области товарной политики предприятия, ценовой политики, сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок, понимания процесса маркетингового анализа как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности в маркетинговой деятельности предприятия
Задачи учебной дисциплины	познание теоретических основ и приобретение практических навыков по организации маркетингового анализа деятельности предприятия с целью повышения эффективности производства, формирование практических навыков проведения маркетинговых исследований, разработки комплекса маркетинга и оценки эффективности маркетинговой деятельности в целом
Содержание учебной дисциплины	Модуль 1. Теоретические основы маркетингового анализа Модуль 2. Маркетинговый анализ внешней среды и комплекса маркетинга Модуль 3. Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинг-аудит Модуль 4. Подготовка и сдача промежуточной аттестации
Результаты освоения учебной дисциплины	Формируемые компетенции: ПК-5;