

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

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2018_86241
Актуализировано: 25.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинговый анализ деятельности предприятия

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент МиС
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Катаева Наталья Николаевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Цель дисциплины – обучение обучающихся 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 дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Владеет
экономические основы маркетингового анализа деятельности предприятия и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации	использовать информацию, полученную в результате маркетингового анализа деятельности предприятия	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах; методами разработки и реализации маркетинговых программ

Компетенция ПК-8

владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений		
Знает	Умеет	Владеет
основные понятия, методы и инструменты маркетингового количественного и качественного анализа процессов управления; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы маркетинговых стратегий развития предприятия	управлять развитием организации: осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы;	навыками маркетингового количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и

	обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами	управления бизнес-процессами
--	---	------------------------------

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические основы маркетингового анализа	ПК-5, ПК-8
2	Маркетинговый анализ внешней среды и комплекса маркетинга	ПК-5, ПК-8
3	Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинг-аудит	ПК-5, ПК-8
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-5, ПК-8

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	5 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	5	180	5	98	54	18	36	0	82			5

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические основы маркетингового анализа»		36.00
Лекции		
Л1.1	Понятие, сущность и принципы маркетингового анализа деятельности предприятия	2.00
Л1.2	Ситуационный анализ в маркетинге	1.00
Л1.3	Технологии маркетингового анализа	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Технология проведения маркетингового анализа деятельности предприятия	2.00
П1.2	Основные направления маркетингового анализа деятельности предприятия	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 2 «Маркетинговый анализ внешней среды и комплекса маркетинга»		78.00
Лекции		
Л2.1	Комплексный маркетинговый анализ рынка, его информационное обеспечение	2.00
Л2.2	Маркетинговый анализ конкурентной среды и конкурентов	2.00
Л2.3	Маркетинговый анализ товарной политики предприятия	1.00
Л2.4	Маркетинговый анализ ценовой политики предприятия	1.00
Л2.5	Маркетинговый анализ сбытовой политики предприятия	1.00
Л2.6	Маркетинговый анализ политики продвижения товара на рынок	1.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Анализ покупательских предпочтений	2.00
П2.2	Анализ потребления и известности марки	2.00
П2.3	Диагностика конкурентной среды рынка	2.00
П2.4	Оценка конкурентоспособности предприятия	2.00
П2.5	Анализ товарной и ассортиментной политики предприятия	4.00
П2.6	Анализ ценовой политики предприятия	4.00
П2.7	Анализ сбытовой политики предприятия	4.00
П2.8	Анализ коммуникационной политики предприятия	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	28.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	18.00

Раздел 3 «Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинг-аудит»		39.00
Лекции		
ЛЗ.1	Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия	2.00
ЛЗ.2	Маркетинг-аудит	2.00
ЛЗ.3	Маркетинговый анализ планирования деятельности предприятия	2.00
Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Контроль результатов маркетинговой деятельности предприятия	2.00
ПЗ.2	Маркетинг-аудит	2.00
ПЗ.3	Оценка эффективности управления маркетингом на предприятии	2.00
ПЗ.4	Анализ корпоративного имиджа предприятия	2.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Самостоятельная работа обучающихся	13.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	11.50
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э4.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР4.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР4.2	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		180.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

- 1) Склярова, О. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / О.А. Склярова. - Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. - 115 с. : табл., граф., схем. - Библиогр.: с. 94-96. - ISBN 978-5-7972-2409-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 2) Бондаренко, Виктория Андреевна. Маркетинговые решения в управлении конкурентоспособностью предприятий. Маркетинговые аспекты управления конкурентоспособностью розничных торговых предприятий в современных российских реалиях : научное издание / В. А. Бондаренко. - Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 159 с. - Библиогр.: с. 142-154 (166 назв.). - ISBN 978-3-659-85813-0 : 300.00 р. - Текст : непосредственный.
- 3) Галицкий, Ефим Борисович. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 570 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3640-7 : Б. ц. - URL: <https://urait.ru/bcode/425174> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.
- 4) Безрукова, Т. Л. Маркетинговые стратегии на промышленных предприятиях: характеристика маркетинговой среды, динамическое управление инновационной маркетинговой стратегией / Т. Л. Безрукова, Е. С. Дроздова. - М. : КноРус, 2011. - 176 с. - Библиогр.: с. 146-158. - ISBN 978-5-406-02179-8 : 140.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

- 1) Лужнова, Н. В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 2) Игрунова, О. М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг. 1 : учебное издание / О.М. Игрунова. - 2-е изд., стер. - М. | Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 102 с. - ISBN 978-5-4475-6041-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 3) Фокина, Ольга Васильевна. Развитие концепции маркетинга покупательского опыта в условиях цифровой экономики : монография / О. В. Фокина ; ВятГУ. -

Киров : Научное изд-во ВятГУ, 2018. - 135, [1] с. - 500 экз. - ISBN 978-5-98228-168-5 : Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 08.05.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4) Казакова, Наталия Александровна. Маркетинговый анализ : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" (степень - бакалавр) и специальностям/профилям "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Финансы и кредит", "Мировая экономика" / Н. А. Казакова. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - (Высшее образование) (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 235-236. - ISBN 978-5-16-005220-5 : 420.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 70 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/153131> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Приказчикова, Ю. В. Стратегический анализ : учебно-методическое пособие / Ю. В. Приказчикова. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 48 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/153157> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Маркетинг и маркетинговые исследования. - Электрон. журн.. - М. : ООО Издат. дом Гребенников, 1996 - . - Загл. с экрана. - Электрон. версия печ. публикации . - Выходит раз в два месяца - URL: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=10303. - Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.. - Текст : электронный.

Учебно-наглядное пособие

1) Катаева, Наталья Николаевна. Маркетинговый анализ деятельности предприятия : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения / Н. Н. Катаева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 19 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Ноутбук Aser Aspire v5-5726i
Ноутбук Aser Extensa 5220
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=86241