Приложение 1
к рабочей программе дисциплины
«*Маркетинговый анализ*»

Аннотация рабочей программы

Дисциплина «Маркетинговый анализ» относится к блоку дисциплины (модуля), вариативная часть ОП дисциплины по выбору, направления подготовки 38.03.01 Экономика Частного образовательного учреждения высшего образования «Ессентукский институт управления, бизнеса и права», реализуется на кафедре менеджмент.

Цель курса «Маркетинговый анализ» - дать алгоритмы действий будущим финансовым специалистам, а также технологию сбора маркетинговой информации, расчетов и анализа, применяемых в профессиональной деятельности.

Даная цель раскрывается следующими задачами:

– усвоение теоретических аспектов комплекса маркетинга, изучить систему маркетинговых исследований и анализа маркетинговой информации;

– привитие практических навыков по использованию методов анализа маркетинга, изучению внутренней и внешней среды предприятия;

– оценка стратегического планирования маркетинговых мероприятий;

– воспитание в студентах самостоятельности в принятии решений.

В результате освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **общекультурными компетенциями**:

– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями**:

– способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать **профессиональными компетенциями**:

– способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-5);

– способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-6);

– способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

– основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин;

уметь:

– анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне;

– выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;

– использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;

владеть:

– методологией экономического исследования;

– современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;

– современной методикой построения эконометрических моделей;

– методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием следующих тем: Введение в маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Формирование маркетинговой информационной системы. Качественные методы сбора маркетинговой информации. Количественные методы сбора данных. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Анкетная форма сбора маркетинговой информации. Кабинетные исследования. Система выборочных исследований.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетную единицу, 72 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные - 6 часов, практические - 6 часов и самостоятельная работа студента – 56 часов.

Текущий контроль осуществляется в течение периода обучения дисциплины и включает в себя проверку выполнения самостоятельных и домашних заданий.

Промежуточный контроль осуществляется при завершении дисциплины в форме зачёта, включающего в себя теоретические вопросы, письменные опросы.