

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Маркетинговый анализ

Название кафедры учета, анализа и налогообложения

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является развитие целостного представления о маркетинговом анализе, как важнейшей функции управления предприятиями и организациями, осмысливание и понимание основных методов маркетингового анализа и их применения на различных этапах хозяйственной деятельности, получение практических навыков по анализу и оценке маркетинговой среды организации.

Задачи изучения курса

Задачи курса, определяемые его основной целью, состоят в том, что в результате изучения дисциплины обеспечивается решение следующих проблем в области маркетингового анализа по вопросам:

- выявления методических проблем, возникающих при формировании показателей движения продукции предприятия;
- использования дополнительной информации о рыночной ситуации в оперативном управлении финансовыми результатами;
- формирования системы взаимосвязанных показателей маркетинговой среды для анализа технического, технологического и организационного уровня производства и обоснования тенденций его развития.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина «Маркетинговый анализ» Б1.В.ДВ.03.01 относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП по направлению 38.06.01 Экономика, профиль "Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)". Дисциплина изучается в 4 семестре по очной форме и в 5 семестре по заочной форме обучения

Курс «Маркетинговый анализ» является составной частью комплекса учетно-аналитических дисциплин и тесно связан с такими курсами как методология научных исследований в экономике, информационное обеспечение управления, анализ рисков в предпринимательской деятельности.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП.

Для компетенции ПК-1 - владение методологией исследований процессов функционирования экономики Российской Федерации как системы взаимодействующих регионов (экономических зон, крупных экономических районов, субъектов Федерации, экономических кластеров, городских агломераций и других пространственных экономических образований)

В результате изучения дисциплины аспирант должен:
знать:

- основные современные аналитические экономические методы и методы эконометрического анализа;

- методы построения, расчета и анализа системы показателей, отражающих состояние и развитие функционирования экономики Российской Федерации как системы взаимодействующих регионов;

- методологию исследований развития экономических зон, крупных экономических районов, субъектов Федерации, экономических кластеров, городских агломераций и других пространственных экономических образований уметь:

- разрабатывать новые методы анализа и методику их применения;

- использовать полученные навыки и знания при принятии стратегических решений;

- готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области

- региональной экономической политики и принятия стратегических решений владеть:

- методами маркетингового анализа и методикой их применения в научно-исследовательской деятельности по специальности;

- способностью изложить основные приемы и способы подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий по принятию стратегических решений в маркетинговой деятельности

Для компетенции ПК-2 – способность выполнять анализ особенностей и оценку эффективности региональной экономической политики в Российской Федерации, федеральных округах, субъектах Федерации и муниципальных образованиях; разрабатывать стратегии развития экономики регионов как структурных элементов национальной экономики, включая методы и механизмы реализации стратегии

В результате изучения дисциплины аспирант должен:

знать:

- источники маркетинговой информации, используемой для анализа эффективности региональной экономической политики в Российской Федерации;

- методы и механизмы маркетингового анализа структурных элементов национальной экономики

уметь:

- проводить отбор и верификацию информации, необходимой для составления прогнозных расчетов и разрабатывать стратегии управления структурными элементами национальной экономики;

- использовать прогнозные данные для принятия адекватных маркетинговых решений

владеть:

- методами маркетингового анализа для разработки стратегии развития экономики регионов;

- методиками оценки и интерпретации полученных результатов прогнозирования развития экономики регионов.

Для компетенции **ПК-3 - способность применять основные экономические законы и принципы, а также методы и инструменты исследования для решения фундаментальных и прикладных экономических задач на региональном уровне, а также на уровне отрасли экономики и предприятия**

В результате изучения дисциплины аспирант должен:

знать:

- основные экономические законы и принципы, методические аспекты

количественного и качественного маркетингового анализа, основы построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей, их особенности, закономерности;

- методы сбора и обработки экономико-статистической информации из

отечественных и зарубежных источников, методы оценки источников информации для проведения экономических расчетов

уметь:

- применять основные экономические законы и принципы для решения фундаментальных и прикладных экономических задач на региональном уровне;

- использовать различные источники информации для проведения анализа и обрабатывать информацию для проведения экономических расчетов;

- применять современные методы аналитических расчетов, производить расчеты с применением методов современной компьютерной информационной технологии и методов автоматизации обработки данных;

- оценивать и интерпретировать полученные результаты.

владеть:

- формами поиска, анализа и оценки источников информации для проведения экономических расчетов;

- навыками создания финансовых моделей экономических ситуаций, исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к маркетинговой деятельности на основе собранной по экономическим показателям информации;

- методами и инструментами исследования для решения экономических задач на региональном уровне, а также на уровне отрасли экономики и предприятия.

1. Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетных единиц (72 часа)

5. Дополнительная информация

Справочно-правовые системы «Гарант», «Консультант Плюс», «Клерк».

Электронный читальный зал (корпус 1).

Экраны, мультимедийные проекторы, раздаточный материал к учебным занятиям.

6. Виды и формы промежуточной аттестации
Промежуточная форма аттестации -зачет.