|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |  |  |
| Дисциплина  | Аналитический маркетинг  |  |  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |  |  |
| Профиль  | Маркетинг и реклама  |  |  |
| Объем дисциплины  | 3 з.е  |  |  |
| Формы промежуточной аттестации  | Зачет с оценкой |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
|  |  |  |
|  |
| Тема | Наименование темы |  |
| Тема 1. | Понятие, сущность, роль маркетингового анализа в рыночной деятельностикомпаний (ПК-2) |  |
| Тема 2. | Принципы системного анализа. Аналитические подходы к принятию решений вмаркетинге. (ПК-2, ПК-3)) |  |
| Тема 3. | Виды и методы расчета маркетинговых показателей эффективности (ПК-3) |  |
| Тема 4. | Анализ текущей рыночной конъюнктуры. Удовлетворенность потребителей. (ПК-2,ПК-4) |  |
| Тема 5. | Анализ маркетинговой политики организации (ПК-3, ПК-4)) |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
|  1. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик[Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М",2022. - 288 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1853098 |
|
|  2. Изакова Н. Б., Минина Т. Б., Солосиченко Т. Ж. Аналитический маркетинг и управлениепродажами [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2020. -257 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/21/p493743.pdf |
|  3. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга [Электронный ресурс]:Учебник ипрактикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 350 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/488789 |
|  4. Григорьев М. Н. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для вузов. - Москва: Юрайт,2022. - 559 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/488718 |
|  |  |  |  |  |  |
| **Дополнительная литература:** |
|  1. Кокинз Г., Тимофеев П.В. Управление результативностью [Электронный ресурс]:Какпреодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами Учебное пособие. -Москва: Альпина Бизнес Букс, 2017. - 318 – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/926093 |
|
|  2. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронныйресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [б. и.], [2018?]. - 1 – Режим доступа:http://meu.usue.ru/lessons/index.html |
|  |  |  |  |  |  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**   |

|  |
| --- |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-****телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023    |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
|  |
| Аннотацию подготовил: Изакова Н.Б.  |

.