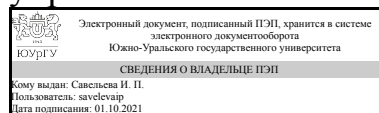


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



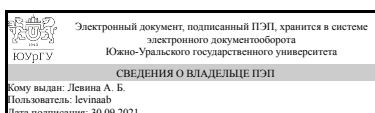
И. П. Савельева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины ДВ.1.04.02 Маркетинговый анализ данных
для направления 38.03.02 Менеджмент
уровень бакалавр тип программы Прикладной бакалавриат
профиль подготовки Маркетинг и логистика
форма обучения очная
кафедра-разработчик Менеджмент

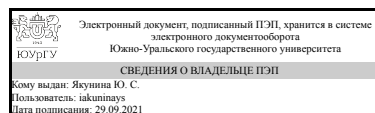
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.01.2016 № 7

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

Разработчик программы,
старший преподаватель



Ю. С. Якунина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - формирование комплекса знаний в области теоретических основ маркетингового анализа; формирование практических навыков в области маркетингового анализа для принятия управленческих решений
Задачи курса – изучение современных методов и приемов маркетингового анализа - приобретение навыков мониторинга и стратегического анализа маркетинговой деятельности предприятий

Краткое содержание дисциплины

теоретические основы маркетингового анализа, анализ маркетинговой среды, оценка рыночных позиций предприятия, анализ организации маркетинга на предприятии

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: Методы управления проектами
	Уметь: Управлять проектами и осуществлять их практическую реализацию
	Владеть: Готовностью к реализации методов управления проектами использованием современного программного обеспечения
ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать: Методы анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
	Уметь: Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
	Владеть: Навыками анализа взаимосвязи стратегий
ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Знать: основные правила документирования управленческой деятельности и организации документооборота
	Уметь: осуществлять поиск, анализ и использование нормативных правовых документов профессиональной направленности
	Владеть: владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
---	---

Б.1.17 Маркетинг, Б.1.14 Основы менеджмента	Не предусмотрены
--	------------------

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.14 Основы менеджмента	Знать теорию управления организацией, функции управления. Уметь анализировать управленческие процессы. Владеть навыками анализа управленческих процессов
Б.1.17 Маркетинг	Знать теорию маркетинга. Уметь использовать инструменты маркетинга. Владеть навыками применения инструментов маркетинга.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		6	
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72	
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32	
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	40	40	
Подготовка материалов для выполнения индивидуального комплексного задания	30	30	
Подготовка к зачету	10	10	
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теоретические основы маркетингового анализа данных: сущность, цели и задачи	4	2	2	0
2	Методология маркетингового анализа: принципы, информационная база. Методы маркетингового анализа	4	2	2	0
3	Анализ маркетинговой среды предприятия	8	4	4	0
4	Оценка рыночных позиций предприятия	8	4	4	0
5	Анализ комплекса маркетинга и организации маркетинговой деятельности предприятия	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теоретические основы маркетингового анализа данных: сущность, цель и задачи. Место маркетингового анализа в системе маркетинговых исследований. Развитие теории и практики маркетингового анализа. Изучение зарубежного и отечественного опыта маркетингового анализа	2
2	2	Методология маркетингового анализа: принципы, информационная база. Методы маркетингового анализа.	2
3	3	Анализ маркетинговой среды предприятия. Анализ макросреды предприятия. Анализ микросреды предприятия.	4
4	4	Оценка рыночных позиций предприятия. Анализ рыночной конъюнктуры. Конкурентный анализ	4
5	5	Анализ комплекса маркетинга: анализ товарной, ценовой политики предприятия, анализ систем распределения предприятия, анализ комплекса продвижения. Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия: анализ структуры управления, распределения и выполнения функций маркетинга	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Теоретические основы маркетингового анализа данных: сущность, цели и задачи. Решение ситуационного задания	2
2	2	Методология маркетингового анализа: принципы, информационная база. Методы маркетингового анализа. Разбор на примерах темы. Выбор тем индивидуального комплексного задания	2
3	3	Анализ маркетинговой среды предприятия. Анализ макросреды предприятия и микросреды (согласно индивидуальному заданию) на основе изучения информационных ресурсов и баз данных . Групповая дискуссия	4
4	4	Оценка рыночных позиций предприятия. Анализ рыночной конъюнктуры. Конкурентный анализ. Задание выполняется согласно утвержденному индивидуальному заданию	4
5	5	Анализ комплекса маркетинга: анализ товарной, ценовой политики предприятия, анализ систем распределения предприятия, анализ комплекса продвижения. Задание выполняется согласно утвержденному индивидуальному заданию. По итогам выполнения индивидуального задания - доклад, презентация с результатами маркетингового анализа	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к зачету	1. Короткова, Т. Л. Управление	10

	<p>маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. 2. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под редакцией Л. С. Латышовой. — Москва : Дашков и К, 2018. 3. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2003. - 493 с. ил. 4. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 521 с.</p>	
Подготовка материалов для выполнения индивидуального комплексного задания	<p>1. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. 2. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под редакцией Л. С. Латышовой. — Москва : Дашков и К, 2018. 3. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2003. - 493 с. ил. 4. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 521 с. 5. Сиганьков, А. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / А. А. Сиганьков. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 71 с. Информационные и аналитические базы (Росстат и др.)</p>	30

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Проблемная дискуссия	Практические занятия и семинары	Постановка проблемной ситуации из практики предприятий. Обсуждение в группе. Выработка направлений решений. Обзор альтернативных путей решения.	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Анализ маркетинговой среды предприятия	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 1)	1,2
оценка рыночных позиций предприятия	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 2)	1,2
Анализ комплекса маркетинга и организации маркетинговой деятельности предприятия	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 3)	1
Все разделы	ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 4)	1,2
Все разделы	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Промежуточная аттестация (зачет)	1-20
Все разделы	ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Промежуточная аттестация (зачет)	1-20
Все разделы	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Промежуточная аттестация (зачет)	1-20

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 1)	Выполнение практического задания осуществляется с целью проверки уровня знаний и проверки умений применять студентами основных методов при решении конкретных практических задач. Студенту выдается	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60%

	<p>задание по теме согласно утвержденному индивидуальному заданию, результат выполнения задания представляет в электронном виде и загружает в электронную среду ЮУрГУ или преподавателю на практическом занятии. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Критерии оценивания : задание выполнена полностью - 3, задание выполнено частично - 2 балла, задание выполнено с грубыми замечаниями, требующие доработки – 1 балл; - задание не выполнена – 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1</p>	<p>Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60%</p>
<p>текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 2)</p>	<p>Выполнение практического задания осуществляется с целью проверки уровня знаний и проверки умений применять студентами основных методов при решении конкретных практических задач. Студенту выдается задание по теме согласно утвержденному индивидуальному заданию, результат выполнения задания представляет в электронном виде и загружает в электронную среду ЮУрГУ или преподавателю на практическом занятии. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Критерии оценивания : задание выполнена полностью - 3, задание выполнено частично - 2 балла, задание выполнено с грубыми замечаниями, требующие доработки – 1 балл; - задание не выполнена – 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60% Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60%</p>
<p>текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 3)</p>	<p>Выполнение практического задания осуществляется с целью проверки уровня знаний и проверки умений применять студентами основных методов при решении конкретных практических задач. Студенту выдается задание по теме согласно утвержденному индивидуальному заданию, результат выполнения задания представляет в электронном виде и загружает в электронную среду ЮУрГУ или преподавателю на практическом занятии. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Критерии оценивания : задание выполнена полностью - 3, задание выполнено частично - 2 балла, задание выполнено с грубыми замечаниями, требующие доработки – 1 балл; - задание не выполнена – 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60% Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60%</p>
<p>текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 4)</p>	<p>Доклад и презентация по результатам комплексного индивидуального анализа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Критерии оценивания : доклад и презентация выполнены полностью - 4, задание представлен только доклад или презентация - 2 балла, доклад и презентация не отражают всех результатов</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60% Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60%</p>

	комплексного индивидуального анализа – 1 балл; - задание не выполнена – 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1	
Промежуточная аттестация (зачет)	Проводится в форме тестирования. Тестирование - 20 вопросов. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Правильный ответ - 1 балл, неправильный ответ - 0 баллов. Максимальное количество баллов 20 баллов. На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 №179) Итоговая оценка проставляется в ведомость и зачетную книжку	Зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине больше или равно 60% Не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59%

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 1)	Провести анализы на примере предприятия: 1. PEST анализ 2. Модель 5 сил М. Портера 3. SWOT-анализ
текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 2)	Оценка рыночных позиций предприятия: 1. Оценка емкости рынка 2. Анализ конкуренции на рынке 3. Оценка конкурентоспособности предприятия
текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 3)	Провести анализ комплекса маркетинга: 1. анализ товарной и ассортиментной политики предприятия 2. анализ ценовой политики предприятия 3. анализ каналов распределения 4. анализ комплекса продвижения предприятия
текущая аттестация (контрольно-рейтинговое мероприятие 4)	Доклад по результатам комплексного индивидуального задания (цель, задача и основные результаты) Презентация по результатам комплексного индивидуального анализа (5-7 слайдо)
Промежуточная аттестация (зачет)	Примерные вопросы к зачету по дисциплине.docx

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2002-
2. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2003. - 493 с. ил.

3. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования [Текст] пер. с англ.: Н. Амид, С. Бородина, Н. Габенов и др.; Под общ. ред. И. В. Крылова. - СПб.: Питер, 2001. - 748 с. ил.

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

1. «Маркетинговые коммуникации», "Бренд-менеджмент", "Управление продажами", "Интернет-маркетинг", «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир».

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Управление маркетингом. Ивашкова Н.И.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Основная литература	Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-01632-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A81C890C-1135-44E7-8783-D90449B53719 .	Электронная библиотека Юрайт	Интернет / Авторизованный
2	Дополнительная литература	Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 521 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79 .	Электронная библиотека Юрайт	Интернет / Авторизованный
3	Дополнительная литература	Сиганьков, А. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / А. А. Сиганьков. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 71 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167588 (дата обращения: 27.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный

4	Основная литература	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под редакцией Л. С. Латышовой. — Москва : Дашков и К, 2018. — 142 с. — ISBN 978-5-394-03038-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/110741 (дата обращения: 27.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный
---	---------------------	--	---	---------------------------

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение
Зачет, диф. зачет	570 (2)	Мебель, необходимая для проведения промежуточной аттестации (зачет): столы, стулья, доска
Практические занятия и семинары	570 (2)	Мебель, необходимая для проведения учебных мероприятий (занятий): столы, стулья, доска
Самостоятельная работа студента	561 (2)	Компьютерная техника с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду, наборы демонстрационного материала, СПС «Гарант» или «Консультант-плюс»