

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
 Должность: и.о. директора Института экономики и управления
 Дата подписания: 04.10.2022 15:17:50
 Уникальный программный ключ:
 46f7031a70b09585fd4a981691e47726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)	
Маркетинговые исследования и анализ рынка	
Краткое содержание	Сущность, цели и этапы маркетингового анализа. Маркетинговая информация. Ситуационный и конъюнктурный анализ рынка. Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка. Анализ реакции рынка на формирование и изменение рыночной ситуации. Конкурентный маркетинговый анализ. Анализ покупательского поведения. Маркетинговый анализ товарной политики предприятия. Маркетинговый анализ ассортиментной политики предприятия. Маркетинговый анализ ценовой политики предприятия. Маркетинговый анализ сбытовой политики предприятия. Маркетинговый анализ политики продвижения товара. Контроль маркетинговой деятельности: контроль результатов
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Оценивает и учитывает риски и возможности использования имеющихся ресурсов при разработке маркетинговой стратегии хозяйствующего субъекта на основе данных прикладных научных исследований в изучаемой сфере, выбирает инструментальные средства анализа, обобщения и обработки результатов, формулирует выводы. Выполняет необходимые расчеты для составления маркетинговых планов, проводит анализ угроз экономической безопасности при планировании и осуществлении маркетинговых проектов в целях повышения эффективности деятельности предприятия
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	
Основная литература	- Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования Электронный ресурс : Учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 141 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Коротков, А.В. Маркетинговые исследования Электронный ресурс : учебное пособие / А.В. Коротков. - Маркетинговые исследования, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн.
Дополнительная литература	- Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж Электронный ресурс : Практическое пособие / Ю. А. Захарова. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 133 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Красина, Ф.А. Маркетинговые исследования Электронный ресурс : учебное пособие / Ф.А. Красина. - Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2015. - 126 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - Шив, Ч. Д. Курс МВА по маркетингу Электронный ресурс / Ч. Д. Шив, А. У. Хайэм ; пер.: Б. Зуева, А. Исаенко. - Курс МВА по маркетингу, 2020-08-26. - Москва : Альпина Пабlishер, 2019. - 720 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS.

