

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.09.2023 17:14:46  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab8241b

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинговый анализ и прогнозирование

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и бренд-менеджмент
Срок освоения образовательной программы по очно-заочной форме обучения	4 года 6 мес.
Форма обучения	очно-заочная

Учебная дисциплина «Маркетинговый анализ и прогнозирование» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации

экзамен

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинговый анализ и прогнозирование» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Маркетинговый анализ и прогнозирование» являются:

- изучение экономических и социальных последствий принятия решений в сфере маркетинга с учетом закономерностей рыночной конъюнктуры; методов использования современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины (модуля).

#### Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3 Способен анализировать текущую рыночную конъюнктуру	ИД-ПК-3.2 Определение экономических и социальных последствий принятия решений в сфере маркетинга с учетом закономерностей рыночной конъюнктуры.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	4	<b>з.е.</b>	144	<b>час.</b>
----------------------------------	---	-------------	-----	-------------