

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 14:20:30
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab8247b

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 очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

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

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены.

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:

– получение обучающимся необходимых теоретических знаний в области маркетинговых исследований и прогнозирования рыночной конъюнктуры и приобретение практических навыков использования современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;

– изучение методов организации и проведения маркетинговых исследований и формирование умений разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований, сбора и анализа информации о состоянии макро- и микросреды организации и результатах проведенных исследований;

– формирование навыков по 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-1 Способен выполнять поиск, сбор и анализ информации для реализации функций бренд-менеджмента и	ИД-ПК-1.2 Использование средств получения и обработки маркетинговой информации, используемой для проведения маркетингового исследования и повышения потенциала бренда.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
проведения маркетингового исследования	
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 очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	-------------	-----	-------------