

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 04.09.2023 10:58:28

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ff11a490baad1b49464dc1043541736d76c818b0ea882b8d602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Аналитический маркетинг»

Направление подготовки – 38.04.02 «Менеджмент».

Направленность (профиль) – «Бизнес-аналитика».

Уровень образования – магистр.

Форма обучения – очная.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать способность выявлять перспективные направления движения товарных рынков, определить и обосновать рыночные стратегии развития организации, учитывая ее бизнес-возможности.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление об инструментах анализа рыночной среды для определения перспективных направлений развития организации с учетом потребностей заинтересованных сторон;
- сформировать умения анализировать рыночную среду, определять перспективные направления движения товарных рынков и разрабатывать рыночную стратегию изменений организации с учетом ее бизнес-возможностей и выявленных потребностей заинтересованных сторон;
- приобрести опыт в области аналитического маркетинга и обоснования рыночных стратегий развития организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине:

- Обучающийся знает основные концепции, законы и категории экономической теории, описывающие закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровне.
- Обучающийся умеет определять показатели, характеризующие экономическую деятельность субъектов экономики и оценивать ее результаты.
- Обучающийся имеет опыт обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе знания принципов и законов функционирования рыночной экономики.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: инструменты анализа рыночной среды для определения перспективных направлений развития организации с учетом потребностей заинтересованных сторон;

уметь: выполнить анализ рыночной среды, определить перспективные направления движения товарных рынков и разработать рыночную стратегию изменений организации с учетом её бизнес-возможностей и выявленных потребностей заинтересованных сторон;

получить опыт деятельности: в области аналитического маркетинга и обоснования рыночных стратегий развития организации.

3. Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Аналитический маркетинг» состоит из одного модуля:

Модуль 1. Аналитический маркетинг.

Разработчик:

Доцент, к.э.н., доцент Игрунова О.М.