

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### МАРКЕТИНГ-АНАЛИТИКА

(наименование дисциплины)

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	<b>38.03.02 Менеджмент</b>
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	<b>Маркетинг</b>
<b>Цель освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Маркетинг-аналитика» является формирование у студентов знаний теоретических и методологических основ маркетингового анализа и его инструментов менеджмента, технологии сегментирования и позиционирования для разработки комплекса маркетинга сервисного предприятия; формирование у студентов умений, практических навыков и способностей по организации и осуществлению процессов использования международных информационных ресурсов и стандартов в информатизации предприятий и организаций.
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	4 зачетных единиц, 144 часа
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет
<b>Краткое содержание дисциплины:</b>	Цели и содержание маркетинг-аналитика Анализ покупателей Анализ конкуренции и конкурентов Анализ товаров и товарной политики Анализ ассортимента и ассортиментной политики Анализ ценовой политики Анализ сбыта и сбытовой политики Анализ маркетинговых коммуникаций Анализ организации маркетинга на предприятиях

Аннотацию рабочей программы составила Зайцева И.А. доцент кафедры МНиМР  
(ФИО, должность, подпись)



30.08.2022 г.