

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинговый анализ в торговле

### Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Международная логистика и управление поставками

### Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины является формирование у будущих бакалавров понимания роли маркетингового анализа в деятельности предприятий, приобретение теоретических знаний и практических навыков применения основных методов маркетингового анализа.

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи:

- освоение содержания основных понятий, категорий и инструментов маркетингового анализа;
- получение и закрепление практических навыков в применении методов маркетингового анализа;
- умение анализировать маркетинговую информацию;
- закрепление навыков анализа спроса и выявления потребностей потребителей в товарах и услугах;
- получение навыков применения принципов маркетингового анализа при планировании материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров;
- умение формирования потребностей с помощью маркетинговых коммуникаций;
- закрепление навыков разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента.

### Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

| Название ОПОП ВО, сокращенное   | Код компетенции | Формулировка компетенции                                                                                                                                                                                                          | Планируемые результаты обучения |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД) | ПК-3            | Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, | Знания:                         | -методов прогнозирования спроса потребителей                                                                                                                                                                      |
|                                 |                 |                                                                                                                                                                                                                                   | Умения:                         | - выявлять, формировать и удовлетворять потребности покупателей -анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка - проводить оценку и прогнозирование спроса на основе маркетинговой информации |

|  |      |                                                                                                                     |         |                                                                                                                                         |
|--|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |      | конъюнктуру товарного рынка                                                                                         | Навыки: | - методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации               |
|  | ПК-7 | Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров | Знания: | процессов, необходимых для профессиональной деятельности по организации и планированию материально-технического обеспечения предприятия |
|  |      |                                                                                                                     | Умения: | соблюдать действующее законодательство и требования нормативных документов при организации закупки и продажи товаров                    |
|  |      |                                                                                                                     | Навыки: | способностью организовывать бизнес-процессы по закупке и продаже товаров и оценивать их эффективность                                   |

### Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Маркетинговый анализ: сущность и основное содержание
- 2) Маркетинговый анализ рынка: виды, методы, инструменты анализа
- 3) Маркетинговый анализ предприятия
- 4) Конкурентный маркетинговый анализ
- 5) Маркетинговый анализ ценовой политики предприятия
- 6) Анализ коммуникационной политики

### Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

| Название<br>ОПОП<br>ВО       | Форма<br>обуче-<br>ния | Часть УП | Семестр<br>(ОФО)<br>или курс<br>(ЗФО,<br>ОЗФО) | Трудо-<br>емкость | Объем контактной работы (час) |            |       |      |                    |     | СРС | Форма<br>аттес-<br>тации |
|------------------------------|------------------------|----------|------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|------------|-------|------|--------------------|-----|-----|--------------------------|
|                              |                        |          |                                                | (З.Е.)            | Всего                         | Аудиторная |       |      | Внеауди-<br>торная |     |     |                          |
|                              |                        |          |                                                |                   |                               | лек.       | прак. | лаб. | ПА                 | КСР |     |                          |
| 38.03.06<br>Торговое<br>дело | ОФО                    | Бл1.ДВ.В | 7                                              | 5                 | 52                            | 17         | 34    | 0    | 1                  | 0   | 128 | Э                        |

### Составители(ль)

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра таможенного дела и логистики,  
Natalya.Yurchenko@vvsu.ru