

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинговый анализ и аудит**

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся компетенций в области проведения комплексного маркетингового анализа и аудита, включая сбор, обработку и анализ данных с использованием современного цифрового инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем, а также применение цифровых систем маркетинговых коммуникаций при разработке digital-стратегии и управлении элементами комплекса маркетинга в цифровой среде.

Задачами дисциплины являются:

Освоение методологии и современного инструментария организации и проведения маркетингового анализа и аудита, включая методы сбора, обработки и интерпретации данных с применением интеллектуальных информационно-аналитических систем.

Формирование практических навыков проведения комплексного аудита маркетинговой деятельности организаций (в том числе транспортно-логистического комплекса) с оценкой внешней и внутренней среды, анализом конкурентов и потребительских предпочтений.

Развитие компетенций в области использования цифровых систем маркетинговых коммуникаций, инструментов digital-аналитики и больших данных при разработке и реализации digital-стратегии компании.

Освоение методов управления элементами комплекса маркетинга в цифровой среде с учётом текущей конъюнктуры рынка и отраслевой специфики.

Отработка навыков анализа оптимальности бизнес-процессов маркетинговой системы, выявления типовых ошибок и обоснования вариантов их реинжиниринга на основе данных аудита.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 академических часа(ов)).