

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

25 мая 2020 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Аникеева-Науменко Любовь Олеговна, к.э.н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономический и маркетинговый анализ

Направление подготовки:	38.03.02 – Менеджмент
Профиль:	Маркетинг и процессная аналитика
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очно-заочная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 6 20 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 25 12 мая 2020 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
--	--

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна
Дата: 12.05.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Экономический и маркетинговый анализ» является: освоение методов проведения экономического и маркетингового анализа организации для выбора и обоснования направлений совершенствования ее экономической деятельности на современных рынках.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Экономический и маркетинговый анализ" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Маркетинг:

Знания: основных понятий и методов классификации в соответствии с целями и задачами маркетингового анализа

Умения: способность к экономическому мышлению

Навыки: способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций

2.1.2. Учет и анализ:

Знания: основных понятий и методов классификации в соответствии с целями и задачами экономического анализа

Умения: анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

Навыки: владеть современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Государственная итоговая аттестация

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-9 Способен выполнять анализ и оценку результатов и процессов рыночной деятельности организации для обоснования управленческих решений.	ПКС-9.1 Выполняет сбор, систематизацию и анализ данных о внутренней и внешней среде и процессах деятельности организации ПКС-9.2 Учитывает при обосновании управленческих решений особенности моделей экономических и технологических процессов функционирования организации и ее окружения ПКС-9.3 Осуществляет анализ и обоснование финансово-экономических показателей деятельности организации для принятия управленческих решений

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 9
Контактная работа	32	32,15
Аудиторные занятия (всего):	32	32
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	16	16
Самостоятельная работа (всего)	112	112
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КР (1), ПК2, ТК	КР (1), ПК2, ТК
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Диф.зачёт	Диф.зачёт

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/Т П	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	9	Тема 1 Понятие и значение экономического и маркетингового анализа	2		2		14	18	
2	9	Тема 2 Организация и информационное обеспечение экономического и маркетингового анализа	2		2		14	18	
3	9	Тема 3 Методологические основы экономического и маркетингового анализа	2		2		14	18	
4	9	Тема 4 Анализ экономической деятельности организации	2		2		14	18	ТК, Опрос, тестирование
5	9	Тема 5 Анализ технико-организационного уровня и других условий производства	2		2		14	18	
6	9	Тема 6 Конъюнктурный анализ рынка	2		2		14	18	
7	9	Тема 7 Анализ ценовой политики предприятия	2		2		14	18	
8	9	Тема 8 SWOT-анализ.	2		2		14	18	КР, ПК2, Опрос, тестирование Защита КР
9	9	Тема 9 Дифференцированный зачёт						0	Диф.зачёт
10		Всего:	16		16		112	144	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 16 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	9	Тема: Понятие и значение экономического и маркетингового анализа	ПЗ 1 Понятие, предмет и объекты экономического и маркетингового анализа. Содержание и задачи экономического анализа. Цели и задачи маркетингового анализа. Этапы процесса маркетингового анализа	2
2	9	Тема: Организация и информационное обеспечение экономического и маркетингового анализа	ПЗ 2 Организационные формы и исполнители экономического и маркетингового анализа Информационное и методическое обеспечение экономического анализа Источники маркетинговой информации. Маркетинговые информационные системы. Документальное оформление результатов анализа	2
3	9	Тема: Методологические основы экономического и маркетингового анализа	ПЗ 3 Методика комплексного экономического анализа Система взаимосвязанных аналитических показателей Методика факторного анализа Способы детерминированного факторного анализа Методы анализа маркетинговой информации. Презентация аналитического проекта.	2
4	9	Тема: Анализ экономической деятельности организации	ПЗ 4 Анализ объемов производства и продаж продукции. Анализ трудовых ресурсов. Анализ материальных ресурсов. Анализ себестоимости продукции (работ, услуг). Анализ взаимосвязи объема продаж, издержек производства и прибыли (убытка) от реализации. Анализ финансового состояния организации Анализ финансовых результатов.	2
5	9	Тема: Анализ технико-организационного уровня и других условий производства	ПЗ 5 Технико-организационный уровень и интенсификация процесса производства Анализ научно-технического уровня производства Анализ уровня организации производства Анализ уровня управления производством Анализ основных производственных фондов. Анализ имущественного потенциала организации Анализ деловой активности организации	2

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
6	9	Тема: Конъюнктурный анализ рынка	ПЗ 6 Понятие рыночной конъюнктуры. Цель, задачи и предмет анализа конъюнктуры рынка. Анализ рынков сбыта продукции. Анализ ассортимента производимой продукции. Анализ качества производимой продукции Процесс формирования рыночной цены и стратегии ценообразования. Анализ спроса на продукцию. Проведение анализа цен товаров конкурентов.	2
7	9	Тема: Анализ ценовой политики предприятия	ПЗ 7 Содержание, цель и задачи SWOT-анализа. Этапы проведения SWOT-анализа. Сущность портфельного анализа. Модель Бостонской консалтинговой группы (БКГ). Анализ портфельных категорий по доходности. Стратегии для портфельных категорий. Другие модели портфельного анализа. Анализ конкурентов. Анализ конкурентной позиции организации. Оценка конкурентоспособности продукции.	2
8	9	Тема: SWOT-анализ.	ПЗ 8 Организационные формы и исполнители экономического и маркетингового анализа Информационное и методическое обеспечение экономического анализа Источники маркетинговой информация. Маркетинговые информационные системы. Документальное оформление результатов анализа	2
ВСЕГО:				16/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

1. Методы изучения уровня удовлетворённости потребителей.
2. Методы экономического и маркетингового анализа
3. Анализ конкурентоспособности продукции и услуг
4. Анализ эффективности продвижения товара на рынке
5. SWOT и PEST-анализ в процессе принятия управленческих решений
6. Анализ деловой активности организации
7. Сбалансированная система показателей и ее роль в аналитическом обеспечении стратегического развития экономического субъекта
8. Современные методики экспресс-анализа деятельности экономического субъекта.
9. Стратегический анализ рынка
10. Анализ и оценка эффективности маркетинговых исследований
11. Методы оценки емкости рынка
12. Анализ влияния макросреды на маркетинг фирмы и рыночную ситуацию в целом.
13. Методы оценки коммерческого риска при запуске нового товара на рынок.
14. Изучения лояльности потребителей товаров и услуг.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Экономический и маркетинговый анализ» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 50 % являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные), и на 20 % с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе проблемная лекция, разбор и анализ конкретной ситуации.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративный разбор различных видов маркетинговых исследований). Остальная часть практического курса проводится с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций; технологий, основанных на коллективных способах обучения, а так же использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, подготовка устных докладов и презентационных материалов по специфике курса. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (рассмотрение конкретных ситуаций и подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	9	Тема 1: Понятие и значение экономического и маркетингового анализа	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1: 12-24с.] и дополнительной [4:10-27с., 5: 8-17 с.] литературе.	14
2	9	Тема 2: Организация и информационное обеспечение экономического и маркетингового анализа	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1: 24-28 с.] и дополнительной [5:33-48 с.] литературе.	14
3	9	Тема 3: Методологические основы экономического и маркетингового анализа	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1: 35-163 с.] и дополнительной [4: 52-84с.] литературе.	14
4	9	Тема 4: Анализ экономической деятельности организации	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1: 170-187 с., 2:368-412 с.] и дополнительной [4:126-161 с.] литературе.	14
5	9	Тема 5: Анализ технико-организационного уровня и других условий производства	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1: 193-253 с., 2:168-192 с.] и дополнительной [4: 164-208 с.] литературе.	14
6	9	Тема 6: Конъюнктурный анализ рынка	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1:386-395 с.; 2:131-151 с., 154-165 с.] и дополнительной [5:61-72 с.] литературе.	14
7	9	Тема 7: Анализ ценовой политики предприятия	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [1: 254-300 с., 2: 151-154 с.] и дополнительной литературе.	14
8	9	Тема 8: SWOT-анализ.	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной [2:120-131 с.] и дополнительной [4: 89-122 с.] литературе, проработка курсовой работы	14
ВСЕГО:				112

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Экономический анализ : учебник и практикум для вузов	Шадрина, Г. В.	Москва : Издательство Юрайт, 2020 URL: https://urait.ru/bcode/450141	Все разделы
2	Экономический анализ : учебник и практикум для вузов	Румянцева, Е. Е.	Издательство Юрайт, 2020 URL: https://urait.ru/bcode/450731	Все разделы
3	Маркетинговый анализ. Теория и практика	С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин под общей редакцией С. В. Карповой.	Москва : Издательство Юрайт, 2020 URL: https://urait.ru/bcode/453776	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
4	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата	Толпегина, О. А.	Москва : Издательство Юрайт, 2015 URL: https://urait.ru/bcode/383416	Все разделы
5	Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов	Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко.	Москва : Издательство Юрайт, 2020 URL: https://urait.ru/bcode/454472	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. <http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки РУТ (МИИТ).
2. <http://rzd.ru/> - сайт ОАО «РЖД».
3. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека.
4. Поисковые системы: Yandex

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской.

Для проведения практических занятий необходимы компьютеры с рабочими местами в компьютер-ном классе. Компьютеры должны быть обеспечены стандартными лицензионными программными продук-тами и обязательно программным продуктом Microsoft Office не ниже Microsoft Office 2007 (2013).

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской.

Для проведения практических занятий необходимы компьютеры с рабочими местами в компьютер-ном классе. Компьютеры должны быть обеспечены стандартными лицензионными программными продук-тами и обязательно программным продуктом Microsoft Office не ниже Microsoft Office 2007 (2013).

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени за-висит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и должны давать систематизиру-ванные основы знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития соответствующей об-ласти науки, концентрировать внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимули-ровать их активную познавательную деятельность и способствовать формированию творческого мышления. Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного матери-ала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций: 1. Познавательно-обучающая; 2. Развивающая; 3. Ориентирующе-направляющая; 4. Активизирующая; 5. Воспитательная; 6. Организующая; 7. информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим осво-ением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самосто-ятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ организации, планирования и проведения маркетинговых исследований, но и умение ориентироваться в раз-нообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Подготовка устных докладов и презентационных материалов по

тематике курса: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к экзамену и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная литература.