

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Экономический анализ маркетинговых решений**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

Рабочая программа 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: 72869  
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Данилина Мария  
Геннадьевна  
Дата: 04.05.2023

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины являются:

- изучение методов проведения экономического анализа организации для выбора;
- изучение направлений совершенствования ее экономической деятельности на современных рынках
- изучение методологии принятия управленческих решений с использованием инструментов комплекса маркетинга

Задачами освоения дисциплины является:

- формирование навыков принятия организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности,
- овладение методикой проведения анализа и обобщения цифрового материала;
- совершенствование полученных знаний для оценки результатов экономической деятельности предприятий, выявления резервов повышения их экономической эффективности предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения
- формирование навыков планирования, организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ОПК-1** - Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;

**ОПК-2** - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;

**ОПК-3** - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;

**ПК-1** - Способен исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта при реализации инновационных проектов, управлять ассортиментом и

качеством товаров и услуг.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

**Знать:**

- методику проведения экономического анализа и маркетинговых исследований;
- методику проведения анализа данных с применением информационно-аналитических систем.
- механизм оценки экономической эффективности при принятии управленческих решений.

**Уметь:**

- выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности;
- проводить исследование рынка с использованием инструментария экономического анализа, при реализации инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- использовать экономический анализ при проведении маркетинговых исследований;
- решать профессиональные задачи с использованием знаний экономической, организационной и управленческой теории.

**Владеть:**

- навыками принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности;
- навыками применения технологии анализа экономической информации и методикой выявления резервов и повышения эффективности организации с позиций экономического анализа;
- навыками выработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

**3. Объем дисциплины (модуля).**

**3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

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

**3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами,**

привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	80	80
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	48	48

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 100 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля).

##### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	<p>Экономический анализ и его роль в управлении производством</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие, предмет и объекты экономического анализа, содержание и задачи экономического анализа;</li> <li>- информационное и методическое обеспечение экономического анализа.</li> </ul>
2	<p>Экономический анализ маркетинговой деятельности.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Методы и виды анализа;</li> <li>- Основные этапы анализа маркетинговой деятельности;</li> <li>- Методы и виды анализа.</li> </ul>
3	<p>Анализ финансовых результатов деятельности организации</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методика комплексного экономического анализа, система взаимосвязанных аналитических</li> </ul>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>показателей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ экономической деятельности организации;</li> <li>- анализ объемов производства и продаж продукции;</li> <li>- анализ трудовых ресурсов;</li> <li>- анализ материальных ресурсов;</li> <li>- анализ себестоимости продукции (работ, услуг);</li> <li>- анализ взаимосвязи объема продаж, издержек производства и прибыли (убытка) от реализации;</li> <li>- анализ финансового состояния организации.</li> </ul>
4	<p><b>Характер и классификация затрат на маркетинг</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- состав постоянных расходов на маркетинг;</li> <li>- структура переменных маркетинговых затрат;</li> <li>- группировка затрат по функциям маркетинга.</li> </ul>
5	<p><b>Анализ товарной политики</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ товарной стратегии.</li> <li>- исследование товарного портфеля.</li> <li>- оптимизация товарного портфеля организации.</li> </ul>
6	<p><b>Анализ ценовой политики</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ ценовых стратегий.</li> <li>- анализ методов ценообразования.</li> <li>- анализ и обоснование уровня скидок.</li> </ul>
7	<p><b>Анализ политики сбыта</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции.</li> <li>- баланс товарной продукции.</li> <li>- оценка эффективности каналов сбыта.</li> <li>- методика обоснования выбора канала сбыта.</li> </ul>
8	<p><b>Анализ политики продвижения</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- средства продвижения и специфика их использования в различных сферах деятельности.</li> <li>- затраты ATL и BTL.</li> <li>- оценка эффективности средств продвижения.</li> <li>- оптимизация бюджета продвижения.</li> </ul>
9	<p><b>Анализ прибыльности рынков</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ уровня и динамики продаж на рынках, сегментах.</li> <li>- исследование прибыльности рынков, сегментов по структуре и в динамике.</li> <li>- позиционирование рынков, сегментов по прибыльности.</li> <li>- оптимизация работы с рынками, сегментами.</li> </ul>
10	<p><b>Анализ прибыльности клиентов</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ уровня и динамики продаж в разрезе клиентов.</li> <li>- исследование прибыльности клиентов по структуре и в динамике.</li> <li>- позиционирование клиентов по прибыльности.</li> <li>- оптимизация портфеля клиентов.</li> </ul>
11	<p><b>Оценка устойчивости предприятия на рынке</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технико-организационный уровень и интенсификация процесса производства Анализ уровня</li> </ul>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	организации и управления производства - анализ основных производственных фондов. - анализ имущественного потенциала организации - анализ деловой активности организации
12	<b>Конъюнктурный анализ рынка Анализ ценовой политики предприятия</b> Рассматриваемые вопросы: - анализ рынков сбыта продукции; - анализ ассортимента производимой продукции; - анализ качества производимой продукции; - процесс формирования рыночной цены и стратегии ценообразования;  - анализ спроса на продукцию.
13	<b>Оценка эффективности маркетинговых проектов</b> Рассматриваемые вопросы: - Методы и подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности. - Сравнительный анализ затрат и прибыльности текущих маркетинговых решений. - Анализ затрат и показателей эффективности долгосрочных маркетинговых решений.

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<b>Экономический анализ и его роль в управлении производством</b> В результате выполнения практического задания студент получает навыки анализа основных источников экономической информации, изучает методологические подходы при проведении экономического анализа, а также информационное и методическое сопровождение экономического анализа.
2	<b>Экономический анализ маркетинговой деятельности.</b> В результате выполнения практического задания студент изучает методы и виды анализа маркетинговой деятельности
3	<b>Экономический анализ маркетинговой деятельности.</b> В результате выполнения практического задания студент изучает основные этапы проведения экономического анализа маркетинговой деятельности
4	<b>Анализ финансовых результатов деятельности организации</b> В результате выполнения практического задания студент получает навык проведения комплексного экономического анализа, изучает вопросы анализа трудовых, материальных ресурсов, себестоимости продукции и проведения анализа финансового состояния организации
5	<b>Характер и классификация затрат на маркетинг</b> В результате выполнения практического задания студент изучает состав постоянных расходов на маркетинг, структуру переменных маркетинговых затрат учится выполнять группировку затрат по функциям маркетинга
6	<b>Анализ товарной политики</b> В результате выполнения практического задания студент учится проводить анализ товарной стратегии компании, проводит исследование товарного портфеля и его оптимизацию
7	<b>Анализ ценовой политики</b> В результате выполнения практического задания студент проводит анализ ценовых стратегий, методов ценообразования, изучает механизм анализа и обоснования уровня скидок.
8	<b>Анализ политики сбыта</b>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате выполнения практического задания студент проводит анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции, изучает и составляет баланс товарной продукции.
9	<b>Анализ политики сбыта</b> В результате выполнения практического задания студент проводит оценку эффективности каналов сбыта, изучает методику обоснования выбора канала сбыта.
10	<b>Анализ политики продвижения</b> В результате выполнения практического задания студент рассматривает средства продвижения и специфика их использования в различных сферах деятельности, определяет затраты ATL и BTL.
11	<b>Анализ политики продвижения</b> В результате выполнения практического задания студент проводит оценку эффективности средств продвижения и изучает оптимизацию бюджета продвижения.
12	<b>Анализ прибыльности рынков</b> В результате выполнения практического задания студент проводит анализ уровня и динамики продаж на рынках, сегментах, исследует прибыльность рынков, сегментов по структуре и в динамике, выполняет оптимизацию работы с рынками, сегментами.
13	<b>Анализ прибыльности клиентов</b> В результате выполнения практического задания студент выполняет анализ уровня и динамики продаж в разрезе клиентов, проводит позиционирование клиентов по прибыльности, осуществляет оптимизацию портфеля клиентов.
14	<b>Оценка устойчивости предприятия на рынке</b> В результате работы на практическом занятии студент оценивает уровень организации и управления производством, проводит анализ основных производственных фондов, имущественного потенциала организации и деловой активности организации
15	<b>Конъюнктурный анализ рынка</b> В результате работы на практическом занятии студент изучает методику проведения анализа конъюнктуры рынка, рынков сбыта продукции,
16	<b>Анализ ценовой политики предприятия</b> В результате работы на практическом занятии студент изучает методику проведения анализа ассортимента и качества производимой продукции.
17	<b>Оценка эффективности маркетинговых проектов</b> В результате выполнения практического задания студент изучает методы и подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности.
18	<b>Оценка эффективности маркетинговых проектов</b> В результате выполнения практического задания студент выполняет анализ затрат и показателей эффективности долгосрочных маркетинговых решений.

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с рекомендованной литературой
2	Выполнение курсовой работы.
3	Подготовка к промежуточной аттестации.
4	Подготовка к текущему контролю.

#### 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

В течение семестра студент выполняет курсовую работу по теме Проведение экономического анализа деятельности организации для принятия маркетинговых решений, Анализ в системе маркетинга, Формирование и оптимизация оборота продаж, Анализ потенциальных преимуществ и недостатков действующей практики установления цен на продукцию (услуги) на основе ощущаемой ценности, Изучение экономической эффективности коммуникаций, Изучение экономической эффективности коммуникаций, Финансовый маркетинг, Финансовый маркетинг, Инвестиционные режимы отдельных стран, Многостороннее, двустороннее и национальное регулирование движения капитала, Оценка экономического эффекта от маркетинговых решений

Курсовая работа состоит из кейс-заданий, исходные данные для которых каждому студенту выдаются в соответствии с индивидуальным вариантом.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Мельник, М. В. Теория экономического анализа : учебник и практикум для вузов / М. В. Мельник, В. Л. Поздеев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14862-6.	<a href="https://www.ura.it.ru/bcode/510989">https://www.ura.it.ru/bcode/510989</a> (дата обращения: 27.02.2023).- Текст : электронный
2	Шадрина, Г. В. Теория экономического анализа : учебник и практикум для вузов / Г. В. Шадрина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01203-3.	<a href="https://www.ura.it.ru/bcode/513726">https://www.ura.it.ru/bcode/513726</a> (дата обращения: 27.02.2023).- Текст : электронный
3	Анализ и прогнозирование рынка : учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина ; под редакцией А. Н. Асаула. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 296 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15179-4.	<a href="https://www.ura.it.ru/bcode/520260">https://www.ura.it.ru/bcode/520260</a> (дата обращения: 27.02.2023).- Текст : электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).



Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Интернет-браузер - программа для просмотра веб-страниц (Яндекс. Браузер и др.).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Курсовая работа в 7 семестре.

Экзамен в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

Н.В. Королькова

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭУТ  
Председатель учебно-методической  
комиссии

М.Г. Данилина

М.В. Ишханян