

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
38.03.06 Торговое дело,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Экономический анализ маркетинговых решений

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Маркетинг

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: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 08.02.2022

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-4 - Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

ПК-2 - Способен планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

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

Знать:

- методику проведения экономического анализа и маркетинговых исследований;
- механизм оценки экономической эффективности при принятии управленческих решений.

Уметь:

- выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности;
выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности;
- использовать экономический анализ в при проведении маркетинговых исследований
исследований
- использовать экономический анализ в при проведении маркетинговых исследований

Владеть:

навыками принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, применения технологии анализа экономической информации и методикой выявления резервов и повышения эффективности организации с позиций экономического анализа

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	Экономический анализ и его роль в управлении производством Рассматриваемые вопросы: - понятие, предмет и объекты экономического анализа, содержание и задачи экономического анализа; - информационное и методическое обеспечение экономического анализа.
2	Экономический анализ маркетинговой деятельности. Рассматриваемые вопросы: -Методы и виды анализа; - Основные этапы анализа маркетинговой деятельности; - Методы и виды анализа.
3	Анализ финансовых результатов деятельности организации Рассматриваемые вопросы: - методика комплексного экономического анализа, система взаимосвязанных аналитических показателей; - анализ экономической деятельности организации; - 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.
4	Характер и классификация затрат на маркетинг Рассматриваемые вопросы: - состав постоянных расходов на маркетинг; - структура переменных маркетинговых затрат; - группировка затрат по функциям маркетинга.
5	Анализ товарной политики Рассматриваемые вопросы: - анализ товарной стратегии. - исследование товарного портфеля. - оптимизация товарного портфеля организации.
6	Анализ ценовой политики Рассматриваемые вопросы: - анализ ценовых стратегий. - анализ методов ценообразования. - анализ и обоснование уровня скидок.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
7	Анализ политики сбыта Рассматриваемые вопросы: - анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции. - баланс товарной продукции. - оценка эффективности каналов сбыта. - методика обоснования выбора канала сбыта.
8	Анализ политики продвижения Рассматриваемые вопросы: - средства продвижения и специфика их использования в различных сферах деятельности. - затраты ATL и BTL. - оценка эффективности средств продвижения. - оптимизация бюджета продвижения.
9	Анализ прибыльности рынков Рассматриваемые вопросы: - анализ уровня и динамики продаж на рынках, сегментах. - исследование прибыльности рынков, сегментов по структуре и в динамике. - позиционирование рынков, сегментов по прибыльности. - оптимизация работы с рынками, сегментами.
10	Анализ прибыльности клиентов Рассматриваемые вопросы: - анализ уровня и динамики продаж в разрезе клиентов. - исследование прибыльности клиентов по структуре и в динамике. - позиционирование клиентов по прибыльности. - оптимизация портфеля клиентов.
11	Оценка устойчивости предприятия на рынке Рассматриваемые вопросы: - технико-организационный уровень и интенсификация процесса производства Анализ уровня организации и управления производства - анализ основных производственных фондов. - анализ имущественного потенциала организации - анализ деловой активности организации
12	Конъюнктурный анализ рынка Анализ ценовой политики предприятия 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	Оценка эффективности маркетинговых проектов 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	<p>Экономический анализ и его роль в управлении производством 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.</p>
2	<p>Экономический анализ маркетинговой деятельности. В результате выполнения практического задания студент изучает методы и виды анализа маркетинговой деятельности</p>
3	<p>Экономический анализ маркетинговой деятельности. В результате выполнения практического задания студент изучает основные этапы проведения экономического анализа маркетинговой деятельности</p>
4	<p>Анализ финансовых результатов деятельности организации 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</p>
5	<p>Характер и классификация затрат на маркетинг В результате выполнения практического задания студент изучает состав постоянных расходов на маркетинг, структуру переменных маркетинговых затрат учится выполнять группировку затрат по функциям маркетинга</p>
6	<p>Анализ товарной политики В результате выполнения практического задания студент учится проводить анализ товарной стратегии компании, проводит исследование товарного портфеля и его оптимизацию</p>
7	<p>Анализ ценовой политики В результате выполнения практического задания студент проводит анализ ценовых стратегий, методов ценообразования, изучает механизм анализа и обоснования уровня скидок.</p>
8	<p>Анализ политики сбыта В результате выполнения практического задания студент проводит анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции, изучает и составляет баланс товарной продукции.</p>
9	<p>Анализ политики сбыта В результате выполнения практического задания студент проводит оценку эффективности каналов сбыта, изучает методику обоснования выбора канала сбыта.</p>
10	<p>Анализ политики продвижения В результате выполнения практического задания студент рассматривает средства продвижения и специфика их использования в различных сферах деятельности, определяет затраты ATL и BTL.</p>
11	<p>Анализ политики продвижения В результате выполнения практического задания студент проводит оценку эффективности средств продвижения и изучает оптимизацию бюджета продвижения.</p>
12	<p>Анализ прибыльности рынков 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.</p>
13	<p>Анализ прибыльности клиентов В результате выполнения практического задания студент выполняет анализ уровня и динамики продаж в разрезе клиентов, проводит позиционирование клиентов по прибыльности, осуществляет оптимизацию портфеля клиентов.</p>
14	<p>Оценка устойчивости предприятия на рынке 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</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
15	Конъюнктурный анализ рынка В результате работы на практическом занятии студент изучает методику проведения анализа конъюнктуры рынка, рынков сбыта продукции,
16	Анализ ценовой политики предприятия В результате работы на практическом занятии студент изучает методику проведения анализа ассортимента и качества производимой продукции.
17	Оценка эффективности маркетинговых проектов В результате выполнения практического задания студент изучает методы и подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности.
18	Оценка эффективности маркетинговых проектов 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

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

Примерные темы курсовых работ:

Проведение экономического анализа деятельности организации для принятия маркетинговых решений». Маркетингового исследования рынка

Оценка и прогнозирование конъюнктуры рынка

Сегментация рынка в маркетинговой деятельности организации

Сегментации рынка потребительских товаров

Сегментации рынка товаров производственного назначения

Позиционирования товара (торговой марки, организации) на рынке

Моделирование поведения покупателей на потребительском рынке

Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей

Мотивы поведения потребителей

Моделирование процесса принятия решения о покупке

Моделирование поведения покупателей на промышленных рынках
 Товарная политика организации и механизм ее формирования
 Оценка конкурентоспособности товаров организации
 Концепция жизненного цикла товара и ее использование в
 маркетинговой
 деятельности организации
 Сервис в товарной политике организации
 Управление товарным ассортиментом
 Маркетинг инноваций в повышении конкурентоспособности
 организации

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, 2022. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14862-6.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489070 Текст : электронный
2	Шадрина, Г. В. Экономический анализ : учебник для вузов / Г. В. Шадрина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14381-2.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489068 Текст : электронный // (дата обращения: 28.02.2022).
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, 2022. — 296 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15179-4.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488146 Текст : электронный (дата обращения: 28.02.2022).

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/>.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <https://www.elibrary.ru/>.
Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».
Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>
Министерство экономического развития Российской Федерации: <https://www.economy.gov.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 (например, Яндекс.Браузер)

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:

Заведующий кафедрой ЭУТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян