

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.В.ДВ.3.2 Маркетинговый аудит**

**Автор:** к.э.н. Д.В.Тюрин

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области проведения экспресс-аудита и комплексного аудита маркетинга, основных источников информации при проведении аудита маркетинга.

**План курса:**

### **Тема 1        Сущность и назначение аудита маркетинга**

Основные цели и задачи аудита маркетинга. Системные и функциональные ошибки маркетинга. Основные подходы к оценке эффективности маркетинга. Базовые методы выявления ошибок и слабых сторон системы маркетинга компании. Виды аудита маркетинга. Оценка целесообразности проведения комплексного аудита маркетинга. Выбор подхода к проведению аудита.

### **Тема 2        Планирование и организация самоаудита маркетинга**

Основные этапы процесса комплексного аудита маркетинга. Разработка концепции (плана) аудита маркетинга. Ответственные за проведение аудита и анализ его результатов. Контроль процесса аудита маркетинга.

### **Тема 3        Основные методы проведения самоаудита маркетинга**

Обзор базовых методов проведения экспресс-аудита и комплексного аудита маркетинга. Основные источники информации при проведении аудита маркетинга. Анкетный метод. Аналитические методы: основные методы стратегического и маркетингового анализа, используемые в аудите. Методы бенчмаркинга и конкурентного анализа, используемые в аудите маркетинга. Использование экспертных методов получения и анализа информации.

### **Тема 4        Аудит маркетинговой среды компании**

Сущность и ключевые цели аудита рынка (внешней среды маркетинга). Анализ макросреды и микросреды маркетинга. Обзор современных методик стратегического анализа внешней среды маркетинга. Процедура и источники информации для стратегического анализа.

Аудит внутренней среды маркетинга: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты. Обзор современных методик анализа внутренней среды маркетинга. Стратегический анализ внутренней среды маркетинга. Оценка действующей маркетинговой стратегии. Экспресс-анализ стратегии маркетинга и стратегического плана.

### **Тема 5        Интерпретация результатов аудита маркетинга**

Основные методы совместного анализа результатов аудита внешней и внутренней среды маркетинга. Формы представления результатов аудита маркетинга. Обзор основных внутрифирменных документов, разрабатываемых по итогам проведения аудита маркетинга.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

	Тема	Методы текущего контроля
Тема 3	Основные методы проведения самоаудита маркетинга.	Эссе
Тема 4	Аудит маркетинговой среды компании	Деловая игра

**Зачет проводится с применением следующих методов (средств):** зачет в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

**Основная литература:**

1. Коротков А.В. Маркетинговые исследования. ЮНИТИ-ДАНА, 2012.  
<http://www.iprbookshop.ru/10519>
2. Осташенко Е.Г. Практический аудит. Омский государственный университет, 2012.  
<http://www.iprbookshop.ru/24921>