

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ И 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 способность применять основные методики анализа информации для формирования в последующем управленческих решений

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:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Маркетинговый анализ и аудит» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Сущность и назначение аудита маркетинга	Опрос
Планирование и организация самоаудита маркетинга	Опрос
Основные методы проведения самоаудита маркетинга	Эссе
Аудит маркетинговой среды компании	Деловая игра
Интерпретация результатов аудита маркетинга	Опрос

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>