

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гаранин Максим Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.10.2025 10:05:33  
Уникальный программный ключ:  
7708e3a47e66a8ee02711b298d7c78bd1e40bf88

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ПРИВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»**

## Маркетинговый анализ

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Экономика и финансы предприятий (организаций)

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

зачеты с оценкой 7

курсовые работы 7

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр<br>на курсе>)  | 7 (4.1) |       | Итого |       |
|--------------------------------------------|---------|-------|-------|-------|
| Неделя                                     | 17 2/6  |       |       |       |
| Вид занятий                                | УП      | РП    | УП    | РП    |
| Лекции                                     | 16      | 16    | 16    | 16    |
| Практические                               | 16      | 16    | 16    | 16    |
| Конт. ч. на аттест.                        | 1       | 1     | 1     | 1     |
| Конт. ч. на аттест. в<br>период ЭС         | 0,15    | 0,15  | 0,15  | 0,15  |
| В том числе в<br>форме<br>практ.подготовки | 50      | 50    | 50    | 50    |
| Итого ауд.                                 | 32      | 32    | 32    | 32    |
| Контактная работа                          | 33,15   | 33,15 | 33,15 | 33,15 |
| Сам. работа                                | 138     | 138   | 138   | 138   |
| Часы на контроль                           | 8,85    | 8,85  | 8,85  | 8,85  |
| Итого                                      | 180     | 180   | 180   | 180   |

Программу составил(и):

*к.э.н., доцент, Харитонова М.Н.*

Рабочая программа дисциплины

**Маркетинговый анализ**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана: 38.03.01-25-3-ЭФПб-оз.plz.plx

Направление подготовки 38.03.01 Экономика Направленность (профиль) Экономика и финансы предприятий (организаций)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Экономика и менеджмент**

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Куренков П.В.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1 | Целью дисциплины является формирование профессиональной компетенции (ПК-4), согласно ФГОС ВО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков. Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений, методов и аналитических методик, развитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач. |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

|                   |         |
|-------------------|---------|
| Цикл (раздел) ОП: | Б1.В.10 |
|-------------------|---------|

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

ПК-4 Способен проводить расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации

ПК-4.3 Применяет методы маркетингового исследования показателей деятельности организации

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

|            |                                                                                                                                                           |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                                                                             |
| 3.1.1      | систему и методы анализа маркетинговой информации и ее составляющих                                                                                       |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                             |
| 3.2.1      | использовать методы маркетингового исследования и выбирать при помощи маркетингового анализа целевые сегменты, а также проводить комплексный анализ рынка |
| <b>3.3</b> | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                           |
| 3.3.1      | использования основных методов обработки и анализа информации; а также методологии разработки маркетинговой стратегии                                     |

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/                                                                | Семестр / Курс | Часов | Примечание              |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------------------|
|             | <b>Раздел 1. Раздел 1. Основы маркетингового анализа</b>                                                 |                |       |                         |
| 1.1         | Назначение, общая характеристика и классификация маркетинговых исследований /Лек/                        | 7              | 2     |                         |
| 1.2         | Классификация маркетинговых исследований по области применения и по схеме проведения /Пр/                | 7              | 8     | Практическая подготовка |
| 1.3         | Этапы комплексного маркетингового исследования. Характеристика начальных этапов /Лек/                    | 7              | 2     |                         |
| 1.4         | Этические требования к исследователям и клиентам /Ср/                                                    | 7              | 8     |                         |
| 1.5         | Качественные методы исследований /Пр/                                                                    | 7              | 2     | Практическая подготовка |
| 1.6         | Описательные исследования /Лек/                                                                          | 7              | 2     |                         |
| 1.7         | Причинные исследования /Лек/                                                                             | 7              | 2     |                         |
| 1.8         | Тест – маркетинг /Ср/                                                                                    | 7              | 8     |                         |
| 1.9         | Маркетинговые шкалы /Лек/                                                                                | 7              | 2     |                         |
| 1.10        | Методы построения интегральных (multiitem) шкал. Проверка интегральных шкал /Ср/                         | 7              | 8     |                         |
| 1.11        | Примеры использования анкет и форм регистрации результатов наблюдений в маркетинговых исследованиях /Пр/ | 7              | 2     | Практическая подготовка |
| 1.12        | Использование опросов в маркетинговых исследованиях /Ср/                                                 | 7              | 6     |                         |
| 1.13        | Примеры использования опросов в маркетинговых исследованиях /Лек/                                        | 7              | 2     |                         |
| 1.14        | Обучение (тренинг) персонала /Пр/                                                                        | 7              | 2     | Практическая подготовка |
| 1.15        | Подготовка данных к обработке /Ср/                                                                       | 7              | 12    |                         |
| 1.16        | Базовый анализ данных /Лек/                                                                              | 7              | 2     |                         |
| 1.17        | Некоторые методы дополнительного анализа данных /Ср/                                                     | 7              | 14    |                         |

|                                                          |                                                                                                                                          |   |      |                         |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|-------------------------|
| 1.18                                                     | Использование конджойнт-анализа (совместного анализа). Факторный анализ. Категориальный анализ главных компонент. Кластерный анализ /Пр/ | 7 | 2    | Практическая подготовка |
| 1.19                                                     | Примеры комплексного применения методов дополнительного анализа данных /Лек/                                                             | 7 | 2    |                         |
| <b>Раздел 2. Раздел 2. Самостоятельная работа</b>        |                                                                                                                                          |   |      |                         |
| 2.1                                                      | Подготовка к лекциям /Ср/                                                                                                                | 7 | 8    |                         |
| 2.2                                                      | Подготовка к практическим занятиям /Ср/                                                                                                  | 7 | 16   |                         |
| 2.3                                                      | Выполнение курсовой работы /Ср/                                                                                                          | 7 | 35   | Практическая подготовка |
| 2.4                                                      | Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований /Ср/                                            | 7 | 5    |                         |
| 2.5                                                      | Маркетинговое исследование эффективности продвижения товаров /Ср/                                                                        | 7 | 13   |                         |
| 2.6                                                      | Основные принципы подготовки отчета и презентации результатов исследования /Ср/                                                          | 7 | 5    |                         |
| <b>Раздел 3. Раздел 3. Контактные часы на аттестацию</b> |                                                                                                                                          |   |      |                         |
| 3.1                                                      | Контактные часы на аттестацию (курсовая работа) /КА/                                                                                     | 7 | 1    |                         |
| 3.2                                                      | Контактные часы на аттестацию (зачет с оценкой) /КЭ/                                                                                     | 7 | 0,15 |                         |

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении к рабочей программе дисциплины.

Формы и виды текущего контроля по дисциплине (модулю), виды заданий, критерии их оценивания, распределение баллов по видам текущего контроля разрабатываются преподавателем дисциплины с учетом ее специфики и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем дисциплины (модуля) в рамках контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. Для фиксирования результатов текущего контроля может использоваться ЭИОС.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

|      | Авторы, составители | Заглавие                              | Издательство, год       | Эл. адрес                                                               |
|------|---------------------|---------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Л1.1 | Сиганьков А. А.     | Маркетинговый анализ: учебное пособие | Москва: РГУ МИРЭА, 2021 | <a href="http://e.lanbook.com/book/17">http://e.lanbook.com/book/17</a> |

#### 6.1.2. Дополнительная литература

|      | Авторы, составители                                 | Заглавие                              | Издательство, год        | Эл. адрес                                                               |
|------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Л2.1 | Алексунин В. А.,<br>Дубаневич Е. В.,<br>Скляр Е. Н. | Маркетинговые коммуникации: Практикум | Москва: Дашков и К, 2016 | <a href="http://e.lanbook.com/book/93">http://e.lanbook.com/book/93</a> |

### 6.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

#### 6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

|         |                  |
|---------|------------------|
| 6.2.1.1 | Microsoft Office |
|---------|------------------|

#### 6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.2.2.1                                                           | Гарант                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 6.2.2.2                                                           | Консультант плюс                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 6.2.2.3                                                           | МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал <a href="http://www.multistat.ru/?menu_id=1">http://www.multistat.ru/?menu_id=1</a>                                                                                                                                                                                       |
| 6.2.2.4                                                           | База данных «Бухгалтерский учет и отчетность» Минфина - <a href="https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/accounting">https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/accounting</a>                                                                                                                                      |
| <b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 7.1                                                               | Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование для предоставления учебной информации большой аудитории и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).                                |
| 7.2                                                               | Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное) |
| 7.3                                                               | Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.                                                                                                                       |
| 7.4                                                               | Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 7.5                                                               | Помещения для курсового проектирования / выполнения курсовых работ, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (стационарными или переносными).                                                                                                                                              |