

# «МАРКЕТИНГОВЫЕ ФАКТОРЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ БИЗНЕСА»

## Б1.В.ОД.8

Дисциплина «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Аналитический маркетинг» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** изучения дисциплины «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» состоит в том, чтобы дать слушателям магистратуры комплексное представление о существующих подходах к оценке результативности бизнеса, вкладе маркетинга в конечные показатели деятельности компании, а также в показатели результативности ее бизнес-процессов.

### **Основными задачами дисциплины являются:**

- изучение индикаторов результативности управленческих программ;
- формирование навыков построения баз данных для оценки результативности бизнеса;
- обучение использованию специального программного обеспечения для эффективной оценки результативности бизнеса.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры**

Дисциплина «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» относится к обязательным дисциплинам вариативной части магистерской программы «Аналитический маркетинг».

Дисциплина «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» базируется на дисциплинах базовой и вариативной частей «Маркетинг-менеджмент», «Профессиональный семинар (актуальные проблемы маркетинга)».

Освоение дисциплины «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» необходимо для изучения следующих дисциплин: «Экономические основы маркетинговых решений», «Маркетинговый анализ и аудит».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинговые факторы результативности бизнеса», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Аналитический маркетинг».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

**ПК-4** - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;

**ПК-6** - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- основные индикаторы результативности и эффективности маркетинговых программ;
- базовые подходы к построению баз данных для оценки результативности и эффективности маркетинговых программ;
- основные концепции маркетинга партнерских отношений и сегментации клиентов по их экономической выгодности для фирмы.

**Уметь:**

- использовать графический и количественный анализ результатов маркетинговых программ, как основу оперативной корректировки таких программ в случае их неэффективности;
- рассчитывать основные индикаторы результативности и эффективности маркетинговых программ с использованием шаблонов Excel;
- моделировать и оптимизировать бизнес-процессы;
- анализировать чувствительность маркетинговых результатов в зависимости от колебаний значений исходных параметров маркетинговой модели, на основании которой действует фирма.

**Владеть:**

- навыками применения экономических моделей для анализа ситуаций с целью принятия маркетинговых решений;
- навыками прогнозирования вероятности изменений результатов деятельности фирмы при изменении внешних условий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.