

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 24.05.2024 12:14:03  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МАРКЕТИНГОВЫЙ АУДИТ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговый аудит» входит в программу магистратуры «Современный маркетинг и управление продажами» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Очно-заочное и заочное отделение. Дисциплина состоит из 3 разделов и 10 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов необходимых теоретических знаний в области маркетингового аудита и практических навыков проведения эффективного маркетингового консультирования деятельности предприятия.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговый аудит» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.1 Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития; УК-5.2 Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3 Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.4 Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования; УК-5.5 Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий; УК-5.6 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в	УК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры	УК-7.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ОПК-2	Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-2.1 Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач; ОПК-2.2 Проводит анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации; ОПК-2.3 Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач;
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.1 Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании; ОПК-5.2 Использует современные методы, технологии и инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте; ОПК-5.3 Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента; ОПК-5.4 Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей;
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1 Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач; ОПК-6.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ОПК-6.3 Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач;
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПКО-1.1 Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований; ПКО-1.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ПКО-1.3 Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований; ПКО-1.4 Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговый аудит» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинговый аудит».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и	Методология исследования проблем управления; Управление результативностью маркетинга; Анализ конкурентной среды	<i>Продуктовый маркетинг**;</i> <i>Международные маркетинговые стратегии**;</i> <i>Категорийный</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры	компания;	маркетинг**; Инновационное предпринимательство**; Основы электронной коммерции**; Управление маркетингом**; Digital-маркетинг; Коммерческая деятельность предприятия; Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование; Ценообразование;
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	Профессиональный иностранный язык;	Социально-этический маркетинг**; Маркетинг в сфере услуг**; Управление маркетингом**; Интегрированные маркетинговые коммуникации; Коммерческая деятельность предприятия; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование; Профессиональный иностранный язык; Международные маркетинговые стратегии**; Кросскультурный маркетинг**;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Методология исследования проблем управления; Управление результативностью маркетинга; Экономическая теория на современном этапе; Анализ конкурентной среды компании;	Современный стратегический анализ; Продуктовый маркетинг**; Международные маркетинговые стратегии**; Категорийный маркетинг**; Социально-этический маркетинг**; Инновационное предпринимательство**; Маркетинг в сфере услуг**; Основы электронной коммерции**; Управление маркетингом**; Digital-маркетинг; Коммерческая деятельность предприятия; Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>Ценообразование;</i>
ОПК-2	Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	Управление результативностью маркетинга; Анализ конкурентной среды компании; Методология исследования проблем управления;	<i>Преддипломная практика; Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование; Ценообразование; Современный стратегический анализ; Digital-маркетинг;</i>
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	НИРМ; Управление результативностью маркетинга; Экономическая теория на современном этапе; Анализ конкурентной среды компании;	<i>НИРМ; Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях;</i>
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	Управление результативностью маркетинга; Анализ конкурентной среды компании;	<i>Digital-маркетинг; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование; Ценообразование;</i>
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	НИРМ; Анализ конкурентной среды компании; Методология исследования проблем управления;	<i>Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях; Преддипломная практика; НИРМ;</i>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговый аудит» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	40		40
Лекции (ЛК)	20		20
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	20		20
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	68		68
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Роль и значение маркетингового аудита в деятельности предприятия.	1.1	Формы проведения маркетингового аудита	ЛК, СЗ
		1.2	Методы оценки эффективности системы маркетинга на предприятии	ЛК, СЗ
Раздел 2	Аудит маркетинговой среды предприятия	2.1	Аудит внешней и внутренней среды предприятия	ЛК, СЗ
		2.2	Аудит маркетинговой стратегии	ЛК, СЗ
		2.3	Аудит эффективности системы маркетинга	ЛК, СЗ
		2.4	Аудит эффективности функций маркетинга	ЛК, СЗ
Раздел 3	Технологии проведения маркетингового аудита	3.1	Применение маркетингового аудита при разработке рекламных компаний	ЛК, СЗ
		3.2	Маркетинговый аудит конкурентов	ЛК, СЗ
		3.3	Оптимизация организационной структуры предприятия. Оптимизация структуры сбыта	ЛК, СЗ
		3.4	Ревизия маркетинга	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Аудитория 103
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Аудитория 105
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Библиотека

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Кузьмина, Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина ; под общей редакцией Е. Е. Кузьминой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9203-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489445> (дата обращения: 31.05.2022)

2. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492628> (дата обращения: 31.05.2022)

*Дополнительная литература:*

1. Илякова, И. Е. Конкурентная разведка : учебное пособие для вузов / И. Е. Илякова, С. Э. Майкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14708-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497168> (дата обращения: 31.05.2022)

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговый аудит».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинговый аудит» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.



\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

Старший преподаватель  
кафедры маркетинга

*Должность, БУП*

Калыгина Валентина  
Викторовна

*Фамилия И.О.*

*Подпись*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность БУП*

Зобов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*

*Подпись*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность, БУП*

Зобов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*

*Подпись*