Аннотация дисциплины

Маркетинговый аудит

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», очно-заочная форма обучения.

Цель дисциплины формирование у студентов магистратуры навыков использования минимального практического инструментария и примеров опыта других организаций в проведении маркетингового анализа, аудита или ситуационного анализа.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина является частью, формируемая участниками образовательных отношений, профиля и цикла профиля, профиля «Маркетинг» направления 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Краткое содержание: теоретические и практические основы построения системы проведения всех видов маркетингового анализа и аудита в компании силами сотрудников маркетингового подразделения, а также с привлечением сторонних аудиторских или консалтинговых агентств с акцентом на оптимальные исполнения в условиях дефицита финансовых и трудовых ресурсов. Методики построения, планирования маркетингового аудита в компании, этапы разработки концепции маркетингового аудита и ситуационного анализа. Теоретические и практические основы ревизии элементов системы маркетинга фирмы в целях поиска скрытых или явных резервов повышения эффективности, оптимизации маркетинговых бизнеспроцессов.