

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинговые исследования»
по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Стратегическое планирование и маркетинг»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель курса “ Маркетинговые исследования” - это формирование знаний у слушателей, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», современной теории маркетинговых исследований и навыков ее практического использования применительно к рынкам, что является особо важным в менеджерской работе для принятия обоснованных и эффективных решений по повышению конкурентоспособности организации.

Задачи дисциплины:

- ознакомить обучающихся с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории маркетинговых исследований;
- рассмотреть содержание процесса планирования и реализации маркетингового исследования;
- охарактеризовать типологию видов маркетинговых исследований;
- выявить особенности методических приемов по сбору и обработке, как первичной, так и вторичной маркетинговой информации;
- ознакомить обучающихся с современными направлениями маркетинговых исследований;
- рассмотреть этические аспекты мирового опыта проведения маркетинговых исследований.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Маркетинговые исследования» является дисциплиной по выбору вариативной части Рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг» и имеет код Б1.В. ДВ.07.01.

Освоение курса «Маркетинговые исследования» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Психология маркетинга», Мировая экономика и международные экономические отношения», «Современные проблемы менеджмента», «Рекламное дело», «Прямые коммуникации», «Цифровой маркетинг», «Валютный рынок и валютные операции», «Инвестиционный анализ».

В свою очередь, курс «Маркетинговые исследования» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: «маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «инвестиционный анализ».

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)</p>	<p>ПК-3 - Способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>И.Д.-1. пк-3. Знать все виды маркетинговых исследований в целях принятия эффективных управленческих решений и написания маркетинговых программ как важнейших элементов документационного обеспечения маркетинговой деятельности компании в условиях конкурентной среды отрасли. И.Д. 1.1. пк-3. Знать порядок разработки и оформления программы маркетингового исследования и ведения делопроизводства И.Д. 2. пк-3. Уметь разрабатывать все виды маркетинговых планов в условиях функционирования бизнеса, составлять планы ревизии маркетинга в организации для формирования спроса. И.Д. 2.1 пк-3. Уметь разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы, бюджеты, технико-экономические обоснования, частные технические задания) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам И.Д. 3. пк-3 Владеть навыками анализа полученной маркетинговой информации по результатам проведенных маркетинговых исследований</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 6 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) – 216 часа

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часа).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии,

деловые игры, решение ситуационных задач и др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдачи экзамена; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля:
Реферат, опрос, тестирование, задание.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен