

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФАНОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2022 14:14:11

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd52c70e0b74ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.В.11 Маркетинговые исследования

Основная профессиональная образовательная программа 38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Маркетинговые исследования входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, Поисковый маркетинг и маркетинг в социальных сетях, Инструменты маркетинга

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Маркетинговые исследования в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	закономерности и тенденции развития спроса; методы выявления и формирования новых потребностей у покупателей; методы исследования рынка, конкурентов и продуктов	определять параметры рынка, анализировать рыночную конъюнктуру с использованием современных научных методов познания экономических явлений	навыками проведения маркетинговых исследований на предприятиях, методами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования

ПК-2 - Способен подготавливать отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основные правила составления отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, направления развития	проводить анализ результатов маркетингового исследования, составлять отчеты по результатам маркетингового	методами и инструментами оценки проведенного маркетингового исследования, знаниями в области развития товарной и ценовой политики

	рынка для формирования предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики	исследования, формировать рекомендации по развитию товарной и ценовой политики	
--	---	--	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	77.3/2.15
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	3.3/0.09
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	68.7/1.91
Курсовой проект	+
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5

очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	9.3/0.26
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	3.3/0.09
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	136.7/3.8
Курсовой проект	+
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Маркетинговые исследования представлен в таблице.

**Разделы, темы дисциплины и виды занятий
Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теоретические основы маркетинговых исследований	18	18			38,7	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК -1.3, ПК-2.1, ПК- 2.2, ПК-2.3
2.	Методы маркетинговых исследований: практический опыт	18	18			30	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК -1.3, ПК-2.1, ПК- 2.2, ПК-2.3
	Выполнение курсового проекта			3			
	Контроль	34					
	Итого	36	36	3.3	2	68.7	

очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теоретические основы маркетинговых исследований	1	1			36,7	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК -1.3, ПК-2.1, ПК- 2.2, ПК-2.3
2.	Методы маркетинговых исследований: практический опыт	1	1			100	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК -1.3, ПК-2.1, ПК- 2.2, ПК-2.3
	Выполнение курсового проекта			3			
	Контроль	34					
	Итого	2	2	3.3	2	136.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы маркетинговых исследований	лекция	Понятие и основные направления маркетинговых исследований.
		лекция	Практика проведения

	исследований		маркетингового исследования
		лекция	Планирование выборки
		лекция	Финансирование маркетинговых исследований
2.	Методы маркетинговых исследований: практический опыт	лекция	Наблюдение, как метод сбора первичной информации
		лекция	Организация и проведение опросов
		лекция	Эксперимент, как метод сбора первичной информации
		лекция	Кабинетные исследования и методы сбора вторичной информации
		лекция	Измерительные характеристики собранных данных
		лекция	Анализ маркетинговой информации и подготовка отчета

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы маркетинговых исследований	практическое занятие	Понятие и основные направления маркетинговых исследований.
		практическое занятие	Практика проведения маркетингового исследования
		практическое занятие	Планирование выборки
		практическое занятие	Финансирование маркетинговых исследований
2.	Методы маркетинговых исследований: практический опыт	практическое занятие	Наблюдение, как метод сбора первичной информации
		практическое занятие	Организация и проведение опросов
		практическое занятие	Эксперимент, как метод сбора первичной информации
		практическое занятие	Кабинетные исследования и методы сбора вторичной информации
		практическое занятие	Измерительные характеристики собранных данных
		практическое занятие	Анализ маркетинговой информации и подготовка отчета

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и

потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы маркетинговых исследований	- практическое задание - курсовая работа
2.	Методы маркетинговых исследований: практический опыт	- практическое задание - курсовая работа

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ