

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования				
	Очная (дневная)		Заочная		
Курс	2	3	3	4	
Семестр	4	5	5	6	7
Лекции, часы	50	34	10	8	
Практические (семинарские) занятия, часы	16		4		
Лабораторные занятия, часы		16		6	
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)			5 (2 часа)	6 (2 часа)	
Курсовая работа, семестр		5			7
Зачёт, семестр	4		5		
Экзамен, семестр		5		6	
Аудиторных часов по учебной дисциплине	66	50	16	16	
	116		32		
Самостоятельная работа, часы	42	58	92	92	
	100		184		
Всего часов по учебной дисциплине / зачетных ед.	108 / 3	108 / 3	108 / 3	108 / 3	
	216 / 6				

1. Краткое содержание учебной дисциплины

Система маркетинговых исследований как элемент маркетинговой информационной системы компании (фирмы). Виды маркетинговых исследований компании (фирмы) и используемые в них методы сбора информации. Сбор первичной информации в процессе полевого маркетингового исследования. Основные методы статистического анализа данных маркетингового исследования. Отчет о маркетинговом исследовании.

2. Результаты обучения: обучающийся должен

- знать: методы маркетинговых исследований и область их применения, методику разработки программы исследований, виды, источники, методы сбора и обработки первичной и вторичной информации;

- уметь: выбирать тип исследования, использовать инструментарий маркетинговых исследований, стандартные схемы проведения маркетинговых исследований, стандартные пакеты прикладных программ для ЭВМ, использовать результаты маркетинговых исследований для обоснования и принятия управленческих решений по товарному ассортименту, ценам, сбыту, рекламе, сервису;

- владеть: программно-инструментальными средствами статистической обработки результатов маркетинговых исследований.

3. Формируемые компетенции:

БПК-18. Проводить комплекс маркетинговых исследований с целью информационного обеспечения принимаемых маркетинговых решений стратегического и тактического характера.

УК-1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.

УК-5. Обладать навыками саморазвития и совершенствования в профессиональной деятельности.

УК-6. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности.

4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: оценка работы на практических занятиях, контрольные работы, защита отчетов по лабораторным работам. Текущая аттестация: зачет, экзамен.