

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) Управление электронным бизнесом

	Форма обучения
	Очная
Курс	3
Семестр	5
Лекции, часы	34
Практические занятия, часы	16
Лабораторные работы, часы	16
Экзамен, семестр	5
Контактная работа по учебным занятиям, часы	66
Самостоятельная работа, часы	78
Всего часов / зачетных единиц	144 / 4

1 Цель дисциплины

Формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических навыков в области организации и проведения маркетинговых исследований, а также развитие способности анализировать полученную информацию и использовать ее результаты для обоснования эффективных управленческих решений в сфере электронного бизнеса.

2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

- знать: сущность, содержание и этапы маркетинговых исследований; типы маркетинговых исследований и области их применения; методику разработки программы исследования; виды, источники, методы сбора и обработки первичной и вторичной информации; структуру и содержание отчета о маркетинговом исследовании; особенности исследования рынка, потребителей, маркетинговых коммуникаций, инновационные технологии маркетинговых исследований;

- уметь: выбирать тип исследования; использовать инструментарий маркетинговых исследований; использовать стандартные схемы проведения маркетинговых исследований; обрабатывать и анализировать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований;

- владеть: навыками применения программно-инструментальных средств для сбора данных и обработки результатов маркетинговых исследований; навыками использования результатов маркетинговых исследований для обоснования и принятия управленческих решений.

3 Требования к освоению дисциплины

Освоение дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен проводить анализ инноваций в сфере информационно-коммуникационных технологий управления бизнесом.

ПК-7. Способен осуществлять подбор инструментов и разрабатывать комплексную программу продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

4 Образовательные технологии

Мультимедийные презентации, проблемные / проблемно-ориентированные практические занятия, лабораторные занятия с использованием ЭВМ.