

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинговые исследования

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Международная логистика и управление поставками

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Маркетинговые исследования» является формирование системы теоретических знаний, практических навыков и умений у студентов, позволяющих осуществлять сбор, отображение и анализ данных по разным аспектам торговой и маркетинговой деятельности

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи:

- изучение теоретических основ маркетинговых исследований;
- рассмотрение проблем информационного обеспечения маркетинговых исследований;
- освоение процесса планирования маркетинговых исследований;
- изучение процедуры сбора данных, выявление ошибок сбора и обработки данных и определение путей их локализации;
- освоение процедур предварительного и углубленного анализа данных;
- изучение правил подготовки отчета о результатах исследования.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знания:	Сущность маркетинговой информации; Соотношение спроса и предложения; Теория потребностей; Направления научных исследований; Виды исследовательских проектов и методы сбора данных; Планирование и реализация маркетинговых исследований
			Умения:	Проводить оценку и прогнозирование спроса на основе маркетинговой информации; Разрабатывать план маркетингового исследования; Проводить полевые работы

			Навыки:	Методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; Навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; Умением проводить маркетинговые исследования; Навыками предварительного и углубленного анализа данных; Навыками разработки отчета о результатах маркетингового исследования
	ОПК-4	Способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знания:	- Сущность и виды информации, Методы и средства получения, хранения, переработки информации
			Умения:	Применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления профессиональной деятельностью
			Навыки:	Методами и средствами получения, хранения, переработки информации

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Сущность маркетинговых исследований
- 2) Процесс маркетинговых исследований
- 3) Виды исследовательских проектов и методы сбора данных
- 4) Разработка плана маркетингового исследования
- 5) Проведение полевых работ и возникающие ошибки
- 6) Предварительный анализ данных
- 7) Углубленный анализ данных
- 8) Отчет по результатам маркетингового исследования

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.06 Торговое дело	ЗФО	Бл1.Б	3	3	11	4	6	0	1	0	97	Э

Составители(ль)

*Кметъ Е.Б., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли,
Elena.Kmet@vvsu.ru*