

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинговые исследования

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

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 и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ОПК-2 : Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ОПК-2.2к : Применяет инновационные методы, технологии и инструменты для сбора, обработки и анализа первичных и вторичных данных о внутренней и внешней среде предприятия	РД1	Знание	сущность и виды информации, методы и средства получения, хранения, переработки информации
			РД2	Умение	применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления профессиональной деятельностью
			РД3	Навык	владения методами и средствами получения, хранения, переработки информации

	ОПК-5 : Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.2к : Использует автоматизированные информационные системы и программные средства в профессиональной деятельности	РД4	Знание	типологии и сфер применения автоматизированных информационных систем в маркетинге
			РД5	Умение	использовать статистические пакеты в обработке результатов кабинетного или полевого количественного исследования
			РД6	Навык	оформления результатов статистического анализа количественных показателей
		ОПК-5.3к : Определяет источники информации в цифровом пространстве для решения профессиональных задач и программные средства для сбора, систематизации и интерпретации данных	РД7	Знание	сущность маркетинговой информации, соотношение спроса и предложения, теорию потребностей, направления научных исследований, виды исследовательских проектов и методы сбора данных, планирование и реализация маркетинговых исследований
			РД8	Умение	проводить оценку и прогнозирование спроса на основе маркетинговой информации, разрабатывать план маркетингового исследования, проводить полевые работы
			РД9	Навык	владения методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей, навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, навыками проведения маркетинговых исследований, навыками предварительного и углубленного анализа данных, навыками разработки отчета о результатах маркетинговых исследований
	ПКВ-1 : Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий	ПКВ-1.1к : Определяет проблему, требующую решения, и направление исследования, планирует и реализует маркетинговое исследование	РД1	Знание	сущность и виды информации, методы и средства получения, хранения, переработки информации
			РД3	Навык	владения методами и средствами получения, хранения, переработки информации
			РД5	Умение	использовать статистические пакеты в обработке результатов кабинетного или полевого количественного исследования

	ПКВ-1.2к : Оценивает текущую ситуацию на региональном, национальном, международном рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	РД4	Знание	типологии и сфер применения автоматизированных информационных систем в маркетинге
		РД5	Умение	использовать статистические пакеты в обработке результатов кабинетного или полевого количественного исследования
		РД6	Навык	оформления результатов статистического анализа количественных показателей
	ПКВ-1.3к : Оценивает конъюнктуру рынка товаров и услуг, в том числе виртуального, поведение потребителей и их потребности	РД7	Знание	сущность маркетинговой информации, соотношение спроса и предложения, теорию потребностей, направления научных исследований, виды исследовательских проектов и методы сбора данных, планирование и реализация маркетинговых исследований
		РД8	Умение	проводить оценку и прогнозирование спроса на основе маркетинговой информации, разрабатывать план маркетингового исследования, проводить полевые работы
		РД9	Навык	владения методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей, навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, навыками проведения маркетинговых исследований, навыками предварительного и углубленного анализа данных, навыками разработки отчета о результатах маркетинговых исследований

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 – Трудоёмкость 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	ОФО	Б1.Б	5	5	73	36	36	0	1	0	107	Э

Составители(ль)

Кметь Е.Б., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и логистики, Elena.Kmet@vvsu.ru