

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"

Маркетинговые исследования

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль «Менеджмент организации»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану		180	Виды контроля в семестрах: экзамены 5
в том числе:			
аудиторные занятия		73,6	
самостоятельная работа		72	
часов на контроль		34,4	
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану		180	Виды контроля в семестрах: экзамены 5
в том числе:			
аудиторные занятия		17,6	
самостоятельная работа		153,4	
часов на контроль		9	
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану		180	Виды контроля в семестрах: экзамены 5
в том числе:			
аудиторные занятия		17,6	
самостоятельная работа		155	
часов на контроль		7,4	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Лекции	36		36	
Практические	36		36	
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	1,6		1,6	
Итого ауд.	73,6		73,6	
Контактная работа				
Сам. работа	72		72	
Часы на контроль	34,4		34,4	
Итого	180		180	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		4 (2.2)		Итого
	УП	РП	УП	РП	
Лекции	6		6		6
Практические	10		10		10
Контактная работа на курсовую работу					
Контактная работа на аттестацию	1.6		1.6		1.6
Итого ауд.	17.6		17.6		17.6
Контактная работа					
Сам. работа	153,4		153,4		153,4
Часы на контроль	9		9		9
Итого	180		180		180

**Распределение часов дисциплины по семестрам
заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		4 (2.2)		Итого
	УП	РП	УП	РП	
Лекции	6		6		6
Практические	10		10		10
Контактная работа на курсовую работу					
Контактная работа на аттестацию	1.6		1.6		1.6
Итого ауд.	17.6		17.6		17.6
Контактная работа					
Сам. работа	155		155		155
Часы на контроль	7,4		7,4		7,4
Итого	180		180		180

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель - формирование у обучающихся комплекса знаний и практических навыков в области маркетинговой деятельности, методов проведения маркетинговых исследований, сформировать основной инструментарий маркетинга и базовые знания в области маркетинговой политики.

Задачами учебной дисциплины «Маркетинг» являются:

изучение с основных положений теории маркетинга

- изучение приемов и методов функционального маркетинга,
- изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации,
- подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.
- изучение деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- овладение навыками использования маркетингового инструментария.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Теория менеджмента	
2.1.2	Статистика	
2.1.3	Методы принятия управленческих решений	
2.1.4	Маркетинг	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Стратегический менеджмент	
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Преддипломная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4.1: Определяет и оценивает новые рыночные возможности организации, исследует и анализирует конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, описывает их характеристики и осуществляет поиск

Знать: основы функционирования целевых рынков

Уметь: исследовать и анализировать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков

Владеть: навыками поиска рыночных ниш

УК-4.1: Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах

Знать: методику расчета показателей, необходимых для составления экономических разделов проекта, особенности их обоснования и представления результатов в соответствии с применяемыми в организации стандартами

Уметь: выполнять необходимые для составления экономических проектов расчеты, обосновывать их, представлять результаты и принимать оптимальные решения в области ресурсного обеспечения бизнеса

Владеть: практическими навыками расчета показателей, необходимых для осуществления проектов, навыками обоснования и представления полученных по итогам расчетов результатов

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • концепции и методологические основы маркетинговых исследований; • методы проведения маркетинговых исследований; • современные информационные технологии; • методы сбора и анализа маркетинговой информации
------------	--

3.2	Уметь: <ul style="list-style-type: none">• выявлять проблемы и определять цели маркетинговых исследований;• разрабатывать программу маркетингового исследования;• разрабатывать выборочный план исследования;• анализировать полученные данные;• составлять отчет о маркетинговом исследовании и проводить его презентацию;• определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка;• оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее.
3.3	Владеть: <ul style="list-style-type: none">• методами своевременного получения рыночной информации;• инструментарием маркетинговых исследований товаров и услуг;