

Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Маркетинговые исследования»

Цель изучения дисциплины	Цели освоения дисциплины - обучить студентов теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований для снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.
Место дисциплины в учебном плане	И является составной частью профессиональной подготовки исследователей по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Формируемые компетенции	ОК-6; ОПК-2; ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциям и выпускников)	<p>В результате освоения компетенции ОК-6 обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- модели поведения экономических агентов и рынков;</li> </ul> <p>- основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления.</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;</li> </ul> <p>В результате освоения компетенции ОПК-2 обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы принятия организационно-управленческих решений.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нести ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками принятия решений.</li> </ul> <p>В результате освоения компетенции ПК-3 обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные элементы процесса стратегического управления;</li> </ul> <p>- альтернативы стратегий развития современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управлять развитием организации осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;</li> <li>- выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией и методикой проведения научных исследований;</li> <li>- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;</li> <li>- информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами.</li> </ul> <p>Приобрести опыт деятельности маркетинговых исследований отдельных сегментов аграрных рынков.</p>
Содержание дисциплины	<p>Содержание и направления маркетинговых исследований</p> <p>Процесс маркетинговых исследований</p> <p>Определение проблемы и целей исследования</p> <p>Разработка плана исследований</p> <p>Подготовка и презентация заключительного отчета</p>
Виды учебной работы	<p>Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную работу с преподавателем (работа на лекциях и практических занятиях) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.</p> <p>В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Маркетинговые исследования» выступают лекционные и практические занятия</p>

	<p>(с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся. Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к зачету, а также самостоятельной научной деятельности. Цель практических занятий: приобретение практических навыков в области реализации основных управленческих функций, овладение технологиями эффективного решения управленческих задач. Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.</p>
Используемые информационные, инструментальные и программные средства	<p>1. Лицензионное программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ»  2. Лицензионное программное обеспечение «Система КонсультантПлюс»  3. Лицензионное программное обеспечение Microsoft (Windows XP, Windows Server 2003, Windows XP Professional x64 Edition, Windows Vista, Windows Server 2008, Windows 7, Windows Server 2012, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10, Microsoft Office 2010, Microsoft Office 2013, Microsoft Office 365)  4. Свободно распространяемое программное обеспечение Adobe Acrobat Reader DC  5. Свободно распространяемое программное обеспечение 7-Zip</p>
Формы текущего контроля успеваемости	<p>Формами текущего контроля самостоятельной работы обучающихся, степени овладения теоретическим материалом и уровнем сформированных навыков и умений, являются контрольные работы.</p>
Формы промежуточной аттестации	<p>Экзамен</p>