АННОТАЦИЯ

Дисциплины

*Б.1.В.13* «*ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОВ»*

Направление подготовки /специальность – *36.03.02* «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – *бакалавр*

Профиль – «*Маркетинг в цифровой среде*»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является получение обучающимися навыков проведения маркетинговых исследований конкурентов, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования политики организации в области анализа участников рынка, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* Получение знаний технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Получение знаний программ и сервисов исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Получение знаний программ и сервисов поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Получение знаний способов, методов и правил поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
* Получение умений проведения аудита веб-сайтов конкурентов
* Получение умений применения инструментов анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Получение умений составления алгоритмов анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Получение навыков проведения исследований веб-сайтов конкурентов
* Получение навыков составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| Компетенция | Индикатор компетенции |
| --- | --- |
| ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1.2. Знает технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-5.1.3. Знает программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-5.1.4. Знает программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-5.1.5. Знает способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-5.2.1. Умеет проводить аудит веб-сайтов конкурентов |
| ПК-5.2.2. Умеет применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-5.3.1. Владеет навыками проведения исследований веб-сайтов конкурентов |
| ПК-5.3.3. Владеет навыками составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов |

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков.

* навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
* навыками анализа тенденции изменения спроса;
* методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин

**4. Содержание и структура дисциплины**

1. Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной. сети "Интернет" алгоритмы формирования потребительского спроса.

3. Инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

4. Инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса.

5. Алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

6. Методы прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин.

5. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины – 4 зачетные единицы (144 час.), в том числе:

лекции – 16 час.

практические занятия – 48 час.

самостоятельная работа – 76 час.

Контроль – 4 час.

Форма контроля знаний - Зачет