АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.3 «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

Направление подготовки – *38.03.02* «*Менеджмент*»

Квалификация 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 (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью дисциплины является изучение основ маркетинговых исследований для создания и удержания устойчивого положения предприятия на рынке.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- приобретение знаний в части основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;

- умение составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований

- умение проводить презентацию результатов маркетингового исследования;

- умение находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;

- овладевание навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы;

- овладевание методами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ

- приобретение знаний принципов построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ;

- овладевание методами оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции;

- приобретение знаний в части основ маркетинговых исследований.

**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-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.1.2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информацииПК-1.2.6. Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследованийПК-1.2.7. Умеет проводить презентацию результатов маркетингового исследованияПК-1.2.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализаПК-1.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы.ПК-1.3.6. Владеет методами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ |
| ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | ПК-4.1.1. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИПК-4.3.3. Владеет методами оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции |
| ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1.1. Знает основы маркетинговых исследований |

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы.

**4. Содержание и структура дисциплины**

Модуль 1

1 Структура маркетинговых информационных систем. Направления маркетинговых исследований.

2 Этапы и цели проведения рыночных исследований. Типы информации. Вторичные данные.

3 Этапы и методы проведения исследований на основе первичной информации. Качественные и количественные исследования.

Модуль 2

4 Проект и программа маркетингового исследования методом опроса. Подготовка анкеты. Выборка

5 Сбор данных. Обработка данных. Анализ данных

6 Подготовка итоговых документов. Проведение презентации.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 6 зачетных единиц (216 час.), в том числе:

Модуль 1

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 16 часов

практические занятия – 32 часа

самостоятельная работа – 56 часов

контроль – 4 часа

Форма контроля знаний – зачет, КР.

Модуль 2

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 16 часов

практические занятия – 32 часа

самостоятельная работа – 24 часа

контроль – 36 часов

Форма контроля знаний – экзамен.