

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 09:14:44

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Качественные методы исследования рынка

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.03_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	9,8			
Неделя	9,8			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	10	10	10	10
Практические	20	20	20	20
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	30	30	30	30
Контактная	30	30	30	30
Сам. работа	78	78	78	78
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными технологиями применения качественных методов исследования рынка.
1.2	Задачи изучения дисциплины: выявление, формирование и удовлетворение потребностей; сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления, маркетинговой, маркетинговой, деятельностью; изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности; проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками.

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

ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);

способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Знать:

теоретические основы и методы сбора и хранения информации, необходимой для организации и управления профессиональной маркетинговой деятельностью.

Уметь:

применять основные методы и средства получения и хранения; применять электронные средства для организации управления информацией в профессиональной маркетинговой деятельности.

Владеть:

навыками осуществления сбора и хранения информации, необходимой для организации и управления профессиональной маркетинговой и рекламной деятельностью.

ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

Знать:

теоретические основы проведения маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности.

Уметь:
применять основные средства проведения маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности.
Владеть:
способностью проводить маркетинговые, исследования в маркетинговой деятельности.