

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 23:02:31
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» изучается по очной форме обучения в третьем семестре.

Курсовая работа – предусмотрена в третьем семестре.

1.1. Форма промежуточной аттестации
экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения учебной дисциплины являются:

приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в области системного управления маркетинговыми коммуникациями, их основными и синтетическими средствами;

нахождение вариативных решений по созданию интегрированной системы маркетинговых коммуникаций;

формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ИД-ОПК-4.1 Использование основных видов маркетинговых исследований	– Применяет инструментарий маркетинговых исследований к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров и услуг,
	ИД-ОПК-4.2 Использование методов работы с первичными	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	и вторичными источниками информации	– Использует навыки для организации изучения и прогнозирования спроса потребителей,
	ИД-ОПК-4.3 Использование современных методов продвижения и продажи сервисного продукта	– Анализирует маркетинговую информацию. – Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности для оценки потребителей и формирования целевых аудиторий

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	128	час.
---------------------------	---	-------------	-----	-------------