

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:40:51  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинговые исследования

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01      Сервис
Направленность (профиль)	Технологии менеджмента в сервисе
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Формы обучения	заочная

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» изучается в пятом семестре для заочной формы обучения  
Курсовая работа – предусмотрена в пятом 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 изучения дисциплины Маркетинговые исследования являются

– формирование теоретических основ в области маркетинговых исследований рынков, продуктов, конкурентов и потребителей;

– развитие практических умений и навыков организации и проведения маркетинговых исследований;

– формирование профессиональной готовности к планированию и организации маркетинговых исследований

– формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;

– 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.

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

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ИД-ОПК-4.1 Использование основных видов маркетинговых исследований
	ИД-ОПК-4.2 Использование методов работы с первичными и вторичными источниками информации
	ИД-ОПК-4.3 Использование современных методов продвижения и продажи сервисного продукта

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по заочной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
-----------------------------	---	------	-----	------