

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 18.06.2025 15:42:21
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed5a8a

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология и маркетинговые исследования
Срок освоения образовательной программы по заочной форме обучения	4 года 11 мес.
Форма(-ы) обучения	заочная

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» изучается в *пятом семестре*.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а).

1.1. Форма промежуточной аттестации
 экзамен

1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Маркетинговые исследования и ситуационный анализ *относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.*

Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью/целями изучения дисциплины Маркетинговые исследования и ситуационный анализ является

– *подготовка специалистов, способных на базовом уровне оценивать рыночную ситуацию заданного сегмента, планировать и контролировать выбор инструментария маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации;*

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

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3 Способен организовывать и проводить сбор данных фундаментальных и прикладных социологических исследований при анализе рыночной ситуации	ПК-ИД-3.1 Сбор данных, систематизация и анализ рыночной ситуации в рамках фундаментального и прикладного социологического исследования, анализ конкурентной среды рынка и поведения его участников
	ПК-ИД-3.2 Разработка программных и методических документов фундаментального или прикладного социологического исследования при анализе современных рынков
	ПК-ИД-3.3 Согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя фундаментального или прикладного социологического исследования при анализе современных рынков

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<p><i>ПК-ИД-3.4</i> <i>Планирование и проведение фундаментального и прикладного социологического исследования при анализе микро- и макросреды современных рынков</i></p>
<p><i>ПК-6</i> <i>Способен планировать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</i></p>	<p><i>ПК-ИД-6.1</i> <i>Использование знаний об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой</i></p>
	<p><i>ПК-ИД-6.2</i> <i>Применение маркетинговых инструментов и подготовка комплексного плана проведения маркетингового исследования</i></p>
	<p><i>ПК-ИД-6.3</i> <i>Проведение маркетинговых интернет-исследований, систематизирование и обобщение больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации с использованием цифровых</i></p>
	<p><i>ПК-ИД-6.4</i> <i>На основе проведенных маркетинговых исследований формирование предложений по совершенствованию товарной, ценовой политики, систем сбыта, продаж и продвижения товаров (услуг)</i></p>

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

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