Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.11 «Маркетинговые исследования»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО. По направлению *38.03.06 «Торговое дело»*

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП;**

Учебная дисциплина «*Маркетинговые исследования*» входит в вариативную часть ОПОП бакалариата.

1. **Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины;**

**Цель курса:**

- научить студентов методологии оценки и прогнозирования возможностей рынка для управления им при решении поставленных стратегических и текущих целей.

**Задачи дисциплины**:

- обеспечить понимание студентами роли маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности коммерческого предприятия;научить студентов методам и процедурам проведения ком сформировать маркетинговый подход к проблеме изучения конкурентоспособности товаров и услуг; научить студентов приемам проведения количественных и качественных маркетинговых исследований.

**2. Место дисциплины в структуре ООП**

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» входит в вариативную (профильную) часть Профессионального цикла ФГОС ВПО. Дисциплина имеет предшествующие связи с дисциплинами: Философия, Статистика, Социология, Управление поставками, Рекламная деятельность, Маркетинг. Последующие межпредметные связи дисциплина Маркетинг имеет с дисциплинами: Мерчандайзинг и реклама в местах продаж, Управление маркетингом, Брэндинг.

В результате изучения дисциплины специалист должен знать

1. **Формируемые компетенции;**

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);

ОПК-5-готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

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

ПК-11 – осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность её оформления;

**4. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий.**

**Раздел1.**Содержание, задачи и основополагающие направления маркетинговых исследований. Постановка проблемы и выбор объекта Вторичная информация маркетинговых исследований. Исследование эффективности методов маркетинга Отчет маркетинговых исследований, аналитика. Пробный маркетинг

**Раздел 2.** Маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора, методы сбора, обработки и анализа информации. Первичная информация маркетинговых исследований. Вторичная информация маркетинговых исследований. Содержание и назначение разведочных исследований.

**Раздел 3.** Принятие маркетинговых решений. Исследование эффективности методов маркетинга. Отчет маркетинговых исследований, аналитика. Пробный маркетинг.

**Раздел 4.** Организация маркетинговых исследований в сфере товаров и услуг.Фокус-группы, глубинное интервью, перспективные методы маркетинговых исследова Методы опроса потребителя, эксперимент в маркетинговых исследованиях. Наблюдения и аналоговые наблюдения в маркетинге.

**Раздел 5.** Маркетинговые исследования организаций, рынков товаров (услуг) по отраслям. Особенности исследования рынка продуктов питания. Исследование потребителей, товарного предложения партнеров и Сущность и значение конкурентной разведки.

**5. Объем дисциплины**: 216/6 з.е. (в том числе ауд.-90, см. р. - 90).

**6. Форма промежуточного контроля**: экзамен

**7. Семестр**: 7

Разработчик: старший преподаватель кафедры Торгового дела Серебренникова Наталия Геннадьевна