

Аннотация дисциплины М.1.1.1 Дисциплина. Методы исследования рынков и маркетинговый анализ

Дисциплина "Методы исследования рынков и маркетинговый анализ" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Стратегирование и бизнес-аналитика" направления подготовки "38.04.02 Менеджмент".

Дисциплина изучается в 1, 2 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 252/7 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме без контрольной акции, курсовой проект, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамической среды
2. ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес модели организаций
3. ПК-2 Способен осуществлять и организовывать маркетинговую деятельность в рамках стратегии развития организации, процессной и проектной деятельности организации

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Маркетинговые исследования как основа принятия управленческих решений. Маркетинговые исследования проводимые внешними специализированными компаниями. Преимуществами и риски внешних маркетинговых исследований. Проведение маркетинговых исследований собственными ресурсами организации.
2. Методы маркетинговых исследований. Виды. Классификация. Методы стратегического маркетинга.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, классическая лекция.