

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.21 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Автор(ы):

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию(ии) в области рекламы и связей с общественностью:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции

План курса:

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела
1	2	3
1	Этапы проведения маркетинговых исследований.	Маркетинговая информационная система. Характеристика этапов проведения маркетинговых исследований.
2	Методы сбора данных	Наблюдение. Глубинное интервью. Анализ протокола. Экспертный опрос. Тайный покупатель. Мозговой штурм. Эксперимент.
3	Анализ маркетинговой макросреды	Основные элементы макросреды. STEP-анализ.
4	Анализ маркетинговой микросреды	Основные элементы микросреды. SWOT-анализ.
5	Сегментация рынка	Основные подходы к сегментации. Методика процесса сегментации.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.О.21. «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты, контрольная работа

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

Промежуточная аттестация проводится в виде экзамена в форме устного ответа на два вопроса.

Основная литература:

1. Невоструев, П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования : учебное пособие / Невоструев П.Ю. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 48 с. — ISBN 978-5-374-00574-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10711.html>
2. Курс по маркетинговым исследованиям / — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 119 с. — ISBN 978-5-379-01884-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65199.html>
3. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / Коротков А.В.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71235.html>