АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины
«Маркетинговые исследования»
Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Профиль " Цифровая трансформация компании "

Отделения социально-экономических наук (О)

Цель дисциплины: подготовка слушателей, способных на базовом уровне оценивать рыночную ситуацию заданного сегмента, планировать и контролировать выбором маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации.

Задачи дисциплины:

- освоение понятийно-терминологического аппарата, характеризующего маркетинговые исследования.
- формирование практических навыков по методологии, организации и проведению маркетинговых исследований;
- формирование навыков самостоятельной работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации;
- ознакомить с методами аналитической работы и практикой принятия обоснованных управленческих решений в сфере маркетинга;
- углубление знаний по анализу внутренней и внешней среды компании;
- приобретение практических навыков по использованию современных средств обработки информации;
- формирование способностей, необходимых для организации маркетинговых исследований.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина реализуется в рамках обязательной части блока 1. Профессионального модуля, изучается на **2** курсе в **4** семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачётных единицы **72** академических часа

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-1 способен анализировать прикладную область на концептуальном, логическом, математическом, макро-и микроэкономических уровнях

Индикаторы достижения компетенций:

З-ПК-1 Знать: Сущность и содержание Междисциплинарного подхода к решению инновационных задач и экономические рациональные границы применения основных методов организационно-экономического моделирования Методы построения концептуальных, логических, математических и имитационных моделей Методы прогнозирования, технико-экономических исследований научно-технических решений и нормативного проектирования инновационных видов продукции и процессов

У-ПК-1 Уметь: Воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, готовить реферативные обзоры и отчеты, получать научно-исследовательский опыт в профессиональных социальных сетях Выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового опыта в сфере инноватики по материалам ведущих научных журналов и изданий, с использованием электронных библиотек и интернет-ресурсов

В-ПК-1 Владеть навыками: Формирование и обоснование целей и задач исследований и проектных разработок, изыскательских работ, определение значения и необходимости их проведения, путей и методов их решения

Формы итогового контроля: Зачет