МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО
Факультет экономики и управления

Декан Волков С.К.
г.

Маркетинговые исследования

рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и финансы производственных систем**

Учебный план Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль **Маркетинг и рыночная аналитика**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: экзамены 6
курсовые работы 6

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**6(3.2)**		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64.35	64.35	64.35	64.35
Сам. работа	80	80	80	80
Часы на контроль	35.65	35.65	35.65	35.65
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	180	180	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент Юрова О.В. ксоцн

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)
Маркетинговые исследования

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:
Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Маркетинг и рыночная аналитика

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Менеджмент и финансы производственных систем

номер протокола 2021 г.
Зав. кафедрой Сазонов Сергей Петрович

СОГЛАСОВАНО:
Факультет экономики и управления
Председатель НМС факультета: Евстратов А.В.

Протокол заседания НМС от
г. №

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Цель дисциплины: получение студентами необходимых профессиональных знаний, умений и практических навыков, позволяющих осуществлять функцию маркетинговых исследований в организациях с целью обеспечения качества принимаемых управленческих решений.
Задачи дисциплины:
1. дать представление о понятии, значении, видах, источниках, функциях маркетинговой информации;
изучить методы ее сбора, обработки, анализа, обобщения и представления;
2. рассмотреть все этапы процесса маркетинговых исследований;
3. научить разрабатывать программу маркетинговых исследований;
4. научить применять методы и процедуры проведения комплексных маркетинговых исследований;
5. представить подходы к формированию маркетинговой информационной системы на предприятиях и в организациях;
6. научить представлять результаты исследований.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Управление конкурентоспособностью
2.1.2	Маркетинг
2.1.3	Менеджмент
2.1.4	Социология
2.1.5	Учебная практика: Ознакомительная практика
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Разработка маркетинговых проектов
2.2.2	Стратегический менеджмент
2.2.3	Маркетинг в социальных медиа
2.2.4	Управление взаимоотношениями с клиентами

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1: Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.
Результаты обучения: Знает методы целеполагания и генерации идей для достижения поставленных задач
УК-2.2: Осуществляет поиск правовых и нормативных документов, регламентирующих решение поставленных задач, реализацию проекта.
Результаты обучения: Умеет осуществлять поиск необходимой информации для достижения поставленных задач
УК-2.3: Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
Результаты обучения: Владеет навыками выбора конкретных методов работы с информацией для достижения поставленных задач
ПК-1: Способен участвовать в сборе, анализе информации, проводить бизнес-анализ для формирования управленческих решений
ПК-1.1: Выполняет функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта
Результаты обучения: знает: теоретические и методологические основы современных маркетинговых исследований; роль, которую играют маркетинговые исследования в системах поддержки принятия управленческих решений; концептуальную основу проведения маркетинговых исследований; задачи маркетинговых исследований; способы сбора и обработки маркетинговой информации; этапы процесса маркетинговых исследований; формы проведения маркетинговых исследований; методы формирования информационной базы маркетинга; методы анализа маркетинговой информации;

ПК-1.2: Осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингоаого проекта, определяет взаимосвязи между индикаторами работы участников маркетинговой информационной системы

Результаты обучения: умеет:
проектировать формы для сбора данных;
разрабатывать планы исследования;
осуществлять сбор первичной и вторичной информации;
разрабатывать анкеты;
проводить опросы респондентов;
редактировать, кодировать и табулировать полученные данные;
проводить анализ и интерпретацию данных;
делать обоснованные выводы и готовить необходимую информацию для принятия управленческих решений;
уметь представить собранную в ходе маркетингового исследования информацию в удобном для анализа и интерпретации виде;

ПК-1.3: Способен применять необходимые информационные технологии при разработке и оценке эффективности управленческих решений

Результаты обучения: Способен:
использовать методы сбора, обработки и анализа информации;
эффективного представить информацию в необходимом виде для принятия управленческих решений;
использовать современные экономико-математические модели и компьютерные технологии обработки данных;
проводить комплексные маркетинговые исследования

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Форма контроля
1	**Раздел 1.**			
1.1	Понятие и сущность маркетинговых исследований /Тема/	6	0	
1.1.1	Информационные задачи маркетинга. Определение, функции и основные направления маркетинговых исследований /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
1.1.2	Ключевые тренды маркетинговых исследований /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
1.1.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	6	КР, Э, Ко
1.2	Маркетинговая информационная система /Тема/	6	0	
1.2.1	Понятие, содержание, проектирование МИС /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
1.2.2	Примеры МИС, технологии работы с маркетинговой информацией /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
1.2.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	6	КР, Э, Ко
1.3	Виды и организация проведения маркетинговых исследований /Тема/	6	0	
1.3.1	Процесс маркетинговых исследований /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
1.3.2	Варианты организации маркетинговых исследований /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
1.3.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	6	КР, Э, Ко
1.4	Содержание, источники и классификация маркетинговой информации /Тема/	6	0	
1.4.1	Источники и основные типы маркетинговой информации /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
1.4.2	Технологии работы с источниками маркетинговой информации /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
1.4.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	6	КР, Э, Ко
2	**Раздел 2. Основные методы маркетинговых исследований**			
2.1	Наблюдение как метод сбора первичной информации /Тема/	6	0	
2.1.1	Понятие, виды и основные инструменты наблюдения /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
2.1.2	Современные технологии проведения наблюдений /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
2.1.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	2	КР, Э, Ко
2.2	Экспериментальные исследования /Тема/	6	0	
2.2.1	Эксперименты в маркетинговых исследованиях /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
2.2.2	Современные методы проведения экспериментов /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
2.2.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	2	КР, Э, Ко
2.3	Опросные методы исследований /Тема/	6	0	
2.3.1	Основные технологии проведения опросов /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
2.3.2	Инструментарий разработки опросников /Пр/	6	4	КР, Э, Ко
2.3.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	4	КР, Э, Ко
2.4	Выборочные исследования /Тема/	6	0	
2.4.1	Понятие и виды выборки. /Лек/	6	4	КР, Э, Ко
2.4.2	Определение объема и типа выборки. Работа с оценочными шкалами /Пр/	6	4	КР, Э, Ко

2.4.3	Кейс для самостоятельного задания /Ср/	6	4	КР, Э, Ко
3	**Раздел 3. Промежуточная аттестация**			
3.1	Экзамен /Тема/	6	0	
3.1.1	КоРа /КоРа/	6	0.35	
3.1.2	Экзамен /Экзамен/	6	35.65	
3.1.3	Самостоятельная работа /Ср/	6	44	

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП-отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

ФОС представлен в Приложении к рабочей программе.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год.	Электронный адрес
Л.1	Самсонова Е. В.	Тактический маркетинг: учеб. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2017	
Л.2	Пескова О. С., Борискина Т. Б., Юрова О. В., Чунаков А. И.	Промышленный маркетинг: учеб.-метод. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2018	
Л.3	Чеснокова Ж. А.	Маркетинг: учеб.-метод. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2019	
Л.4	Борискина Т. Б., Мершиева Г. А., Пескова О. С., Самсонова Е. В.	Маркетинг: учеб. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2019	

6.3 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	СДО «Moodle» — система дистанционного обучения
6.3.1.2	Операционная система Windows
6.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC — бесплатное решение для просмотра файлов PDF
6.3.1.4	LibreOffice — офисный пакет

6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)

6.3.2.1	Библиотека (НТБ), http://library.vstu.ru/sci-nci
6.3.2.2	Электронная информационно-образовательная среда университета,http://eos.vstu.ru
6.3.2.3	ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/
6.3.2.4	ЭБС "Book.ru", https://www.book.ru/
6.3.2.5	Электронная библиотека "Grebennikon", https://grebennikon.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ

7.1	Мультимедийная учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. /Учебная доска, учебная мебель, интерактивная трибуна, видеопроектор.
7.2	Лаборатория информационных технологий. /Учебная мебель, компьютерная техника, оснащенная программным обеспечением, доступом в Интернет и в электронную информационно-образовательную среду университета
7.3	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся./Учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (читальный зал информационно-библиотечного центра)
7.4	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Организация образовательного процесса по данной дисциплине регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на

перезачет дисциплины (переаттестации ее части), если она была освоена в процессе предшествующего обучения. дисциплины (переаттестации ее части) освобождает обучающегося от необходимости повторного освоения дисциплины (полностью или частично).
Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в электронной информационной образовательной среде.
Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. На первой лекции лектор информирует студентов о рекомендуемой литературе и электронных источниках информации по дисциплине, с указанием, какой учебник (учебное пособие) является базовым.
Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают основные разделы дисциплины.
Основной формой проведения практических занятий является решение конкретных кейсов.
Самостоятельная работа студентов включает изучение рекомендованной по данной теме литературы, самостоятельную подготовку к текущему контролю, самостоятельное выполнение и оформление заданий контрольной работы, аналогичных выполненным на занятиях.
Все методические рекомендации для самостоятельной работы студентов до начала занятий выкладываются в ЭИОС университета.

Рекомендуемые темы контрольных работ

1. Исследование окружающей маркетинговой среды предприятия XXX.
2. Разработка программы маркетингового исследования для компании YYY.
3. Исследование инструментов привлечения клиентов на примере XXX
4. Исследование внутриорганизационной среды маркетинга предприятия XXX
5. Исследование потенциала рынка товара XXX.
6. Исследование покупательских предпочтений (на рынке XXX товара)
7. Исследование поведения потребителей (на рынке XXX товара)
8. Исследование степени удовлетворенности потребителей товаром XXX организации YYY
9. Исследование восприятия потребителей нового продукта/услуги организации XXX.
10. Исследование имиджа торговой марки (на конкретном примере товара XXX)
11. Исследование имиджа организации XXX
12. Исследование реакции потребителей на ценовые методы стимулирования организации XXX
13. Исследование эффективности рекламных воздействий на целевую аудиторию товара XXX
14. Исследование бренда компании XXX
15. Исследование эффективности рекламы товара XXX компании YYY
16. Портрет целевой аудитории товара XXX организации YYY
17. Исследование мотивов потребления продукта XXX (организации YYY)
18. Маркетинговое исследование рынка товара XXX
19. Маркетинговое исследование конкурентоспособности товаров/ услуг (на примере конкретного товара или услуги).
20. Исследование методов продвижения товара/услуги XXX.
21. Разработка маркетинговой информационной системы предприятия XXX.
22. Организация проведения маркетинговых исследований в фирме XXX.
23. Организация маркетинговых исследований в Интернете (на примере товара XXX, компании YYY).
24. Исследование потенциала рынка конкретного товара (на примере товара XXX).
25. Исследование маркетинговых возможностей роста фирмы (на конкретном примере, компании YYY)
26. Исследование товарного ассортимента конкретного предприятия (компании YYY)
27. Результаты маркетинговых исследований в основе управленческих стратегий (на примере товара XXX).
28. Исследование рекламы компании (на конкретном примере, компании YYY)

Структура и содержание контрольной работы
Стандартная структура работы имеет, как правило, следующий вид:
1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Ключевые слова и глоссарий
5. Основная часть
6. Заключение.
7. Список литературы.
8. Приложения (если они имеются).

Во введении лаконично обосновывается проблема исследования; его актуальность; кратко освещается состояние проблемы, объект и предмет исследования; его цель и задачи; используемые методы; практическую значимость, приводятся источники информационного обеспечения контрольной работы. Общий текст введения не должен превышать 3 страниц.
Ключевые слова и глоссарий.
Ключевое слово — слово в тексте, способное в совокупности с другими ключевыми словами представлять текст. Набор ключевых слов документа называют также поисковым образом документа. Ключевые слова - это по сути слова, помогающие понять и описать некий общий смысл текста.

Глоссарий (лат. glossarium — словарь, глосс) — словарь узкоспециализированных терминов в какой-либо отрасли знаний с толкованием, иногда переводом на другой язык, комментариями и примерами.
Пример оформления ключевых слов и глоссария представлен в приложении.
Основная часть контрольной работы.
В основной части должно быть полно и систематизировано изложено состояние вопроса, которому посвящена данная работа.
В наиболее приближенном виде основная часть контрольной работы состоит из 3 глав (параграфов, частей, разделов), в которых может быть предусмотрено примерно следующее:
1. Раздел 1. Теоретико-методологическая база исследования. В данном разделе производится анализ подходов, принципов, раскрывающих сущность выбранной тематики и представляющих ценность для отображения результатов. Делается вывод о существующей проработанности выбранной темы в исследованиях, степени научного интереса к выбранной тематике в современных исследованиях, как российских, так и зарубежных. Раскрывается сущность и содержание основных категорий по исследуемой проблематике. В разделе производится описание форм, методов, методик, применяемых в работе для исследования, диагностики, оценки, анализа современного состояния и тенденций развития сущностных элементов выбранного тематического направления. Описываются источники информации, методы их сбора, обработки, анализа. Объем данного раздела составляет ориентировочно 20% от всего объема работы.
2. Раздел 2. Разработка программы исследования
Раздел может быть написан, как на основе вторичных исследований, анализа уже готовых исследований, так и на основе первичной информации и авторской программы исследования.
Примерная структура программы исследования:
1. описание проблемной ситуации (формулировка научной и/или практической проблемы, актуальность)
2. цель и задачи исследования
3. объект исследования
4. предмет исследования
5. содержание исследования (рабочие гипотезы, программные вопросы, теоретические и эмпирические показатели, интерпретация основных понятий)
6. метод и процедуры (техника) исследования (описание метода исследования)
7. планируемые результаты и формы их представления
В разделе отображается практическая применимость описанного в первом разделе работы инструментария в конкретной ситуации.
Раздел может быть написан на основе анализа примеров успешного опыта российских и зарубежных организаций.
Содержание раздела определяется выбранной темой исследования и методами исследования.
3. Раздел 3. Представление результатов исследования.
Раздел может быть представлен в форме отчета о проведенном исследовании (табличное и графическое представление результатов исследования), где представляются наиболее интересные результаты и краткие комментарии к ним, а также выводы. Раздел должен содержать рекомендации по совершенствованию деятельности в соответствии с выбранной тематикой.
Заключение
Заключение должно содержать общую оценку результатов проделанной работы, ее методологической и эмпирической частей. По своему содержанию заключение обычно «симметрично» введению, т.е. в нем автор еще раз как бы напоминает смысл и содержание выполненной работы. В нем намечаются пути и цели дальнейших исследований и подчеркиваются практические рекомендации.
Может быть выражено личное отношение к полученным результатам и оценена степень достижения поставленной цели выполнения курсовой работы, уровня развития профессиональных умений, дается общая оценка содержания, проблематика смежных с темой вопросов и прочее.
Его объем определяется характером работы. Но существует условный норматив. Как и на «Введение» на него отводится 2-3 листа.
Список литературы.
После заключения должен обязательно следовать список литературы (в алфавитном порядке). Работа с литературными источниками является неотъемлемой составной частью исследования. Следует учесть, что кроме изучения учебников и монографий по теме работы, необходимо изучение материалов по данной теме, публикуемых в периодической печати. Подбирая литературу, необходимо учитывать время ее издания. В первую очередь следует использовать литературу последних лет. В список литературы включаются только использованные при подготовке курсовой работы источники, т.е те, на которые имеются ссылки. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТами в алфавитном порядке от начальной буквы фамилии автора публикации, или названия источника информации. Кроме того, при оформлении важно учитывать тип источника. Сначала указываются источники российских авторов, потом зарубежная литература на языке (без перевода).
Ссылки по тексту работы на используемые литературные источники обязательны. Работа, выполненная без ссылок на используемые информационные ресурсы, преподавателем не рецензируется
В течение семестра для студентов проводятся групповые текущие консультации по учебной дисциплине, а также консультация перед экзаменом.
Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.
В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн), в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной

реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.
Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ (при необходимости).
Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств. Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания.
При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.