

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у студентов знания, умения, навыки и компетенции, необходимые для успешного проведения маркетинговых исследований в различных сферах профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- научить студентов понимать принципы (общие закономерности) выбора наиболее эффективных вариантов использования ограниченных ресурсов, управления процессами производства и продвижения на рынке товаров и услуг.
- привить навыки использования теоретического инструментария экономического моделирования реальных ситуаций, анализа и решения маркетинговых проблем, возникающих в различных сферах профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Методы маркетинговых исследований» входит в вариативную часть дисциплин по выбору основной профессиональной образовательной программы дисциплин подготовки бакалавра по направлению подготовки 44.03.04 – «Профессиональное обучение» (Экономика и управление) - Б1.В.ДВ.03.02.

3. Формируемые компетенции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать сформированные общепрофессиональные компетенции (ОПК) и профессиональные компетенции (ПК):

- способностью выявлять естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессионально-педагогической деятельности (ОПК -2);
- способностью организовывать учебно-исследовательскую работу обучающихся (ПК - 11);
- готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26);
- готовностью к повышению производительности труда и качества продукции, экономии ресурсов и безопасности (ПК - 33),

4.Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы – 108 часов.

5. Форма контроля – зачет.