

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Маркетинговые исследования»

направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

направленность (профиль) «Цифровая экономика и учет в 1С»

(квалификация выпускника - бакалавр)

1. Цель и задачи дисциплины

формирование у будущих бакалавров представлений о современном положении маркетинговых исследований.

Задачи:

- изучение целей, задач и основных направлений маркетинговых исследований;
- специфики и особенности маркетинговых исследований;
- изучение и анализ первичной и вторичной информации при проведении маркетингового исследования;
- изучение процесса маркетингового исследования;
- изучение методологии проведения маркетинговых исследований, разработка маркетинговых исследований.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Маркетинговые исследования относятся к части Факультативы – ФТД. 02

Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.2 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки

Знать: методики оценки и порядок организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности предприятия; принципы и методы подходы к созданию технологического бизнеса.

Уметь: провести оценку коммерческого потенциала идеи; описать и выбрать наиболее подходящую бизнес-модель инновационного предприятия; разработать стратегию защиты интеллектуальной собственности; выбрать организационно-правовую форму ведения бизнеса.

Владеть: методикой организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности; методикой составления планов различных предпринимательских решений (инвестиционных, финансовых, коммерческих).

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часов (3 зачётные единицы).

Форма контроля – зачет.

Авторы: к.э.н., доцент Базовкина Е.А.