

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.05.2025 16:53:17  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»  
Экономический факультет**  
\_\_\_\_\_  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Методы исследования рынка» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 4 разделов и 13 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является Целью освоения дисциплины «Методы исследования рынка» является развитие навыков и компетенций оценки среды деятельности для разработки различного вида планов и отдельных мероприятий, связанных с бизнесом фирм и организаций. Дисциплина относится к аналитической части маркетинговой деятельности компании. В рамках прохождения дисциплины рассматривается все многообразие методов и моделей оценки деятельности компании в условиях рынка.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Методы исследования рынка» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

| Шифр  | Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)   |
|-------|--|---|
| УК-1  | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач   | УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;<br>УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений;<br>УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;  |
| ОПК-2 | Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем | ОПК-2.1 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение;<br>ОПК-2.2 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение;<br>ОПК-2.3 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде; |
| ОПК-4 | Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций  | ОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций;<br>ОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса;   |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Методы исследования рынка» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Методы исследования рынка».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции   | Предшествующие дисциплины/модули, практики*  | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--|--|--|
| УК-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <p>Ознакомительная практика;<br/>                     Производственно-технологическая практика;<br/>                     Экономическая география;<br/>                     Математика (Часть 1);<br/>                     Микроэкономика;<br/>                     Макроэкономика;<br/>                     Мировая экономика;<br/>                     Экономическая статистика;<br/>                     Математика (Часть 2);<br/>                     Маркетинг;<br/>                     Навыки и технологии публичных презентаций**;<br/>                     Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;<br/>                     Теория и практика международного бизнеса**;<br/>                     Тайм-менеджмент**;<br/>                     Математическая логика и теория алгоритмов**;<br/>                     Визуализация пространственных данных в экономике**;<br/>                     Комплаенс документации**;<br/>                     Управление талантами**;<br/>                     Основы налоговых правоотношений в учете**;<br/>                     Самокоучинг**;<br/>                     Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;<br/>                     Дизайн-мышление**;<br/>                     Эмоциональный интеллект**;<br/>                     Нейромаркетинг**;<br/>                     Персональный брендинг**;<br/>                     Малое предпринимательство в рыночной экономике**;<br/>                     Моделирование бизнес-процессов**;<br/>                     Бизнес в Интернет**;<br/>                     Методы оптимальных решений**;<br/>                     Основы бизнес-аналитики**;<br/>                     Phygital-технологии в экономике**;<br/>                     Креативная экономика в городах и регионах**;<br/>                     Брендинг территорий**;<br/>                     Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;<br/>                     Современные финансовые технологии**;<br/>                     Основы финансового прогнозирования**;<br/>                     Цифровой банкинг**;<br/>                     Коммуникации в экономике и управлении**;</p> | Преддипломная практика;                  |

| Шифр  | Наименование компетенции   | Предшествующие дисциплины/модули, практики*  | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|--|--|--|
|       |  | <p><i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i><br/> <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i><br/> <i>Основы научных исследований**;</i><br/> <i>Безопасность в цифровой среде**;</i><br/> <i>Международные экономические организации**;</i><br/> <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i><br/> <i>Мировые финансовые центры**;</i><br/> <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i><br/> <i>Ценообразование в маркетинге**;</i><br/> <i>Маркетинговое управление бизнес-процессами**;</i><br/> <i>Контент-маркетинг**;</i><br/> <i>Маркетинговое администрирование**;</i><br/> <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i><br/> <i>Цифровые технологии в управлении**;</i><br/> <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i><br/> <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i><br/> <i>Основы предпринимательства**;</i><br/> <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i><br/> <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i><br/> <i>Страховой бизнес**;</i><br/> <i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i><br/> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i></p> |  |
| ОПК-2 | Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем | <p>Ознакомительная практика;<br/> Экономическая география;<br/> Математика (Часть 1);<br/> Бухгалтерский учет;<br/> Экономическая статистика;<br/> Математика (Часть 2);<br/> Управление проектами;<br/> Маркетинговые исследования;<br/> Маркетинг взаимоотношений и партнерства;<br/> Маркетинг в отраслях и сферах деятельности;<br/> Поведение потребителей;<br/> Управление продуктом;</p>  | Преддипломная практика;                  |
| ОПК-4 | Способен выявлять и оценивать новые  | Производственно-технологическая практика;  | Преддипломная практика;                  |

| <b>Шифр</b> | <b>Наименование компетенции</b>   | <b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>  | <b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b> |
|-------------|---|---|---|
|             | рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций | Экономика предприятия;<br>Маркетинг;<br>Финансы;<br>Брендинг;<br>Международный маркетинг; |   |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Методы исследования рынка» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч.   |            | Семестр(-ы) |
|---|----------------|------------|-------------|
|   |                |            | 7           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 51             |            | 51          |
| Лекции (ЛК)                               | 17             |            | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0              |            | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 34             |            | 34          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 66             |            | 66          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 27             |            | 27          |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>144</b> | <b>144</b>  |
|   | <b>зач.ед.</b> | <b>4</b>   | <b>4</b>    |

Общая трудоемкость дисциплины «Методы исследования рынка» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч.   |            | Семестр(-ы) |
|---|----------------|------------|-------------|
|   |                |            | 5           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 34             |            | 34          |
| Лекции (ЛК)                               | 17             |            | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0              |            | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 17             |            | 17          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 65             |            | 65          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 9              |            | 9           |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>108</b> | <b>108</b>  |
|   | <b>зач.ед.</b> | <b>3</b>   | <b>3</b>    |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины                   | Содержание раздела (темы) |   | Вид учебной работы* |
|---------------|---|---------------------------|---|---------------------|
| Раздел 1      | Показатели оценки рыночной деятельности компании. | 1.1                       | Информация, как один из управленческих ресурсов. Виды и классификация: классификационная, топологическая и метрическая информация   | ЛК, СЗ              |
|               |   | 1.2                       | Качественная информация и принципы работы с ней. Методы обработки.  | ЛК, СЗ              |
|               |   | 1.3                       | Количественная информация и принципы работы с ней. Методы обработки   | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Методы качественного анализа.                     | 2.1                       | Методы и модели анализа информации. Общая характеристика методов: субъективные и объективные методы. Классификация методов по Ж.Ламбену. Критерии и алгоритм выбора метода анализа. | ЛК, СЗ              |
|               |   | 2.2                       | Группы экспертных методов 1го порядка. Интуитивный прогноз, методы интроспекции и аналогий. Проекционные методы. Фокус-группы и глубинные интервью. Область применения.             | ЛК, СЗ              |
|               |   | 2.3                       | Группы экспертных методов 2го порядка. Экспертный анализ. Разработка экспертных форм. Критерий успешности проекта   | ЛК, СЗ              |
|               |   | 2.4                       | Морфологический анализ. Модели и матрицы оценки рынка, их многообразии и развитии. Портфельный анализ, как разновидность морфологического анализа.                                  | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Количественные и комбинированные методы анализа.  | 3.1                       | Эвристические, экстраполяционные и экспликативные методы. Условия применения. Метод декомпозиции явления. Компенсаторные модели с использованием весовых коэффициентов.             | ЛК, СЗ              |
|               |   | 3.2                       | Прогнозирование на основе динамических рядов и экстраполяции.   | ЛК, СЗ              |
|               |   | 3.3                       | Оценка факторов влияния на показатели спроса на продукцию фирмы. Регрессионный анализ.  | ЛК, СЗ              |
|               |   | 3.4                       | Методы сценариев. «Дорожные карты», как инструмент маркетингового анализа.  | ЛК, СЗ              |
| Раздел 4      | Прикладные аспекты анализа                        | 4.1                       | Анализ внешней среды предприятия. Макропараметры и их учет при организации деятельности. Анализ экономической привлекательности региона. Оценка микросреды деятельности             | ЛК, СЗ              |
|               |   | 4.2                       | Анализ финансового состояния предприятия.   | ЛК, СЗ              |

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории              | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|---------------|----------------------------------|--|
| Лекционная    | Аудитория для проведения занятий | Ауд. 107. Моноблок   |

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)  |
|----------------------------|---|---|
|                            | лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.  | Lenovo AIO-510-22ISH<br>Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC                    |
| Семинарская                | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Ауд. 107. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH<br>Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.                                  | Ауд. 107. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH<br>Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учеб-ник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 268 с.
2. Чернышева Анна Михайловна. Маркетинговые исследования и ситуационный ана-лиз. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 1 и 2 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2023. - 219 с. - (Бакалавр. Академический курс).

*Дополнительная литература:*

1. Котлер Филипп. Маркетинг менеджмент] / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; Пер. с англ. В.Кузина. - 14-е изд. - СПб. : Питер, 2021. - 800 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-496-00177-9 : 1473.00.

2. Статистика : учебник для вузов / ответственный редактор И. И. Елисеева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 619 с. — (Высшее образование).

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Методы исследования рынка».

-

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Ямпольская Диана

Олеговна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Лукина Анастасия

Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Зобов Александр

Михайлович

*Фамилия И.О.*