

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.05.2024 11:55:14
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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

ПРИКЛАДНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

(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)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Прикладные маркетинговые исследования» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение применения маркетинговых исследований в прикладном аспекте

Целью освоения дисциплины является дать студентам необходимые знания по теории и практики проведения прикладных маркетинговых исследований

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Прикладные маркетинговые исследования» 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 (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; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	ПК-1.1 Знает и владеет мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры; ПК-1.3 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании; ПК-1.5 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках; ПК-2.3 Формирует и использует оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения; ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании; ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение; ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Прикладные маркетинговые исследования» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «Прикладные маркетинговые исследования».

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><i>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе**;</i> Макроэкономика; Микроэкономика; <i>Моделирование бизнес-процессов**;</i> <i>Управление маркетинговыми проектами**;</i> <i>Персональный брендинг**;</i> Концепции современного естествознания; Экономическая география; Маркетинг; Мировая экономика; <i>Основы научных исследований**;</i> Статистика; <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Big Data: основы анализа данных**;</i> <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i> <i>Бизнес в Интернет**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i> <i>Комплаенс документации**;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Сторителлинг данных**;</i> <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i> <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i> <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i> <i>Коммуникации в экономике и</i></p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>управлении**;</p> <p>Тренинг: работа с международной статистикой**;</p> <p>Основы международных стандартов учета и аудита**;</p> <p>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</p> <p>Технологические революции и экономический рост**;</p> <p>Эмоциональный интеллект**;</p> <p>Города в глобальной экономике**;</p> <p>Современные финансовые операции**;</p> <p>Цифровые технологии в управлении**;</p> <p>Основы налоговых правоотношений в учете**;</p> <p>Экосистемы в бизнесе**;</p> <p>Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов**;</p> <p>Основы финансового прогнозирования**;</p> <p>"Умные города": Россия и мир**;</p> <p>Дизайн-мышление**;</p> <p>Phygital-технологии в экономике**;</p> <p>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</p> <p>Цифровой банкинг**;</p> <p>Экономика цифровых рынков**;</p> <p>Методика написания курсовой работы;</p> <p>Внутренний контроль фирмы**;</p> <p>CRM системы и программы лояльности**;</p> <p>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</p> <p>Основы бизнес-аналитики**;</p> <p>Аналитика в Excel**;</p> <p>Основы предпринимательства**;</p> <p>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</p> <p>Мировые финансовые центры**;</p> <p>Методы исследования рынка;</p> <p>Математика (Часть 1);</p> <p>Математика (Часть 2);</p> <p>Управление талантами**;</p> <p>Маркетинг услуг**;</p> <p>Креативность и инновации в бизнесе**;</p> <p>Нейромаркетинг**;</p> <p>Ознакомительная практика;</p> <p>Производственно-технологическая практика;</p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	<p><i>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе**;</i></p> <p><i>Моделирование бизнес-процессов**;</i></p> <p><i>Маркетинговые исследования;</i></p> <p><i>Поведение потребителей;</i></p> <p><i>Персональный брендинг**;</i></p> <p><i>Управление человеческими ресурсами;</i></p> <p><i>Экономическая география;</i></p> <p><i>Основы научных исследований**;</i></p> <p><i>Правоведение;</i></p> <p><i>Экономика предприятия;</i></p> <p><i>Тайм-менеджмент**;</i></p> <p><i>Big Data: основы анализа данных**;</i></p> <p><i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i></p> <p><i>Бизнес в Интернет**;</i></p> <p><i>Международные экономические организации**;</i></p> <p><i>Экономико-математическое моделирование;</i></p> <p><i>Страховой бизнес**;</i></p> <p><i>Комплаенс документации**;</i></p> <p><i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i></p> <p><i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i></p> <p><i>Сторителлинг данных**;</i></p> <p><i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i></p> <p><i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i></p> <p><i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i></p> <p><i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i></p> <p><i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i></p> <p><i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i></p> <p><i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i></p> <p><i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i></p> <p><i>Технологические революции и экономический рост**;</i></p> <p><i>Эмоциональный интеллект**;</i></p> <p><i>Города в глобальной экономике**;</i></p> <p><i>Современные финансовые операции**;</i></p> <p><i>Цифровые технологии в управлении**;</i></p> <p><i>Основы налоговых</i></p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>правоотношений в учете**;</i> <i>Экосистемы в бизнесе**;</i> <i>Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов**;</i> <i>Основы финансового прогнозирования**;</i> <i>"Умные города": Россия и мир**;</i> <i>Дизайн-мышление**;</i> <i>Rhugital-технологии в экономике**;</i> <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i> <i>Цифровой банкинг**;</i> <i>Экономика цифровых рынков**;</i> <i>Внутренний контроль фирмы**;</i> <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i> <i>Основы бизнес-аналитики**;</i> <i>Аналитика в Excel**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i> <i>Мировые финансовые центры**;</i> <i>Управление талантами**;</i> <i>Маркетинг услуг**;</i> <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i> <i>Нейромаркетинг**;</i> <i>Производственно-технологическая практика;</i></p>	
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p><i>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе**;</i> <i>Маркетинг взаимоотношений и партнерства;</i> <i>Маркетинговые исследования;</i> <i>Маркетинговые коммуникации;</i> <i>Поведение потребителей;</i> <i>Управление маркетинговыми проектами**;</i> <i>Управление продуктом;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Маркетинговые аспекты блокчейна**;</i> <i>B2B маркетинг;</i> <i>Брендинг;</i> <i>Маркетинговое обоснование старт-ап**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> <i>CRM системы и программы лояльности**;</i> <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>Маркетинг продаж;</i></p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<i>Маркетинг услуг**; ATL коммуникации**; Категорийный маркетинг**; Производственно-технологическая практика;</i>	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Прикладные маркетинговые исследования» составляет «3» 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)
			8
Контактная работа, ак.ч.	14		14
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	14		14
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	85		85
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Прикладные маркетинговые исследования» составляет «3» 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)
			8
Контактная работа, ак.ч.	28		28
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	71		71
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

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	Организация маркетинговых исследований в компании	1.1	Цель и задачи маркетинговых исследований	СЗ
		1.2	Маркетинговое исследование конкурентов и конкурентоспособности продукции	СЗ
		1.3	Маркетинговое исследование рыночного риска	СЗ
		1.4	Маркетинговое исследование потребителей	СЗ
Раздел 2	Направления маркетинговых исследований	2.1	Маркетинговое исследование внешней среды	СЗ
		2.2	Маркетинговое исследование цен	СЗ
		2.3	Маркетинговое исследование нового продукта	СЗ
		2.4	Маркетинговое исследование эффективности рекламной компании	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)
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 20 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	ауд. 21, 23, 25, 27, 29 Моноблок Lenovo AIO510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJV100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem4303
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 Мультимедиа проектор Casio XJ-F100W Экран настенный Digis Dsem-1105
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.	Библиотека

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Текст] : Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 1 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2022. - 244 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-8566-5. - ISBN 978-5-9916-8567-2 : 609.00

2. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Текст] : Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 2 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2022. - 219 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-8568-9. - ISBN 978-5-9916-8567-2 : 599.00

Дополнительная литература:

1. Психология потребительского поведения, рекламы и PR [Текст] : Учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. - М. : ИНФРА-М, 2021. - 324 с. - (Высшее образование: Бакалавриат и Магистратура). - ISBN 978-5-16-011795-9 : 720.00

2. Методология и методика медиаисследований [Текст/электронный ресурс] : Монография / Л.Н. Федотова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2021. - 264 с. - ISBN 978-5-209-06702-3 : 148.34

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5488>

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

<http://lib.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

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

[http://www.elsevier.com/locate/scopus/](http://www.elsevier.com/locate/scopus)

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

1. Курс лекций по дисциплине «Прикладные маркетинговые исследования».

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

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Прикладные маркетинговые исследования» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Ассистент кафедры Маркетинга

Должность, БУП

Подпись

Трофимова Александра

Александровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Маркетинга

Должность БУП

Подпись

Зобов Александр

Михайлович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Маркетинга

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр

Михайлович

Фамилия И.О.