	МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Благовещенский государственный педагогический университет»
	ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА **Рабочая программа дисциплины**

УТВЕРЖДАЮ
Декан
физико-математического факультета
ФГБОУ ВО «БГПУ»
_____ А.В. Василенко
«23» марта 2016 г.

Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Направление подготовки

44.03.05 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Профиль

МАТЕМАТИКА
Профиль

ЭКОНОМИКА

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Принята
на заседании кафедры
экономики, управления и технологии
(протокол № 6.1 от «23» марта 2016 г.)

Благовещенск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1	Пояснительная записка	3
2	Учебно-тематический план	4
3	Содержание дисциплины	5
4	Методические рекомендации (указания) для студентов по изучению дисциплины	6
5	Практикум по дисциплине	8
6	Дидактические материалы (ФОС) для контроля (самоконтроля) усвоенного материала	10
7	Перечень информационных технологий	14
8	Список литературы и электронных ресурсов	14
9	Материально-техническая база	15
10	Лист изменений и дополнений	15

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель и задачи освоения учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и получение практических навыков по маркетингу.

Исходя из цели, в процессе изучения курса ставятся следующие задачи:

- *привить* студентам экономическое мышление, экономические знания в объеме, необходимом для специалиста с высшим образованием;
- *осветить* теоретические основы маркетинговой деятельности предприятия применительно к периоду перехода экономики страны к рынку;
- *обучить* студентов практическим навыкам принятия основных решений в области маркетинга;
- *ознакомить* студентов с методическими подходами комплексного исследования и сегментирования рынка, ценовой политики и стимулирования сбыта, совершенствования ассортимента выпускаемой продукции и корректировки каналов реализации товаров.

1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие

Общекультурных компетенций экономического направления:

-способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития для формирования патриотизма и гражданской позиции(ОК-2);

Специальных компетенций экономического направления:

СКЭ-1 – способен исследовать, планировать и совершенствовать комплекс маркетинга;

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методы маркетинговых исследований;
- основы маркетинговых коммуникаций;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных.

Уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга.

Владеть:

- методами разработки и реализации маркетинговых программ.

1.3.Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина (Б1.В.ДВ.8) относится к дисциплинам по выбору вариативной части дисциплин (модулей) Блока 1 основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование», профиль «Математика», профиль «Экономика».

1.4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 ч.).

Программа предусматривает изучение материала на лекциях и лабораторных занятиях. Предусмотрена самостоятельная работа студентов по темам и разделам. Проверка знаний осуществляется фронтально, индивидуально.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
Общая трудоемкость	72	5
Аудиторные занятия	36	
Лекции	14	
Лабораторные работы	22	
Самостоятельная работа	36	
Вид итогового контроля:		зачет