

# Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговые исследования

Объем дисциплины (модуля) 10 ЗЕТ (360 час)

## ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Овладение студентами теоретических основ маркетинговых исследований и практических навыков по сбору и обработке информации, формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации.

## ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

**ОПК-4:** способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

**ПК-1:** способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

**ПК-11:** способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**Знать:** основные приёмы и методы, с помощью которых осуществляются маркетинговые исследования; алгоритм и показатели конъюнктурного анализа рынка

**Уметь:** анализировать макро- и микросреду рынка, прогнозировать развитие производства

**Владеть:** способами анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; основными методами исследования рынка; навыком проведения маркетинговых исследований

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Методология маркетинговых исследований

Раздел 2. Маркетинговая информация

Раздел 3. Исследование перевозок