

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мусьял Александр Вячеславович
Должность: ВРИО ректора
Дата подписания: 16.12.2021 16:17:30
Уникальный программный ключ:
0951da30105058541c602bee0584732857ac618c

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курская государственная сельскохозяйственная академия
имени И.И. Иванова»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной и воспитательной работе



А.В. Малахов

«31» августа 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Маркетинговые исследования»

(ОФО, О-ЗФО)

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Профиль «Маркетинг в агробизнесе»

Курск 2021

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 970.

Разработчики:

профессор кафедры экономики,

управления и гуманитарных наук

(занимаемая должность)

Е.С. Устинович

(ФИО)



(подпись)

Рабочую программу дисциплины одобрила кафедра Экономики, управления и гуманитарных наук.

Протокол заседания кафедры №1 от «31» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой: д.полит.н., доцент Е.С. Устинович

(ученая степень, звание)

(ФИО)



(подпись)

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины

Задачи:

- **изучить** принципы организации и проведения маркетинговых исследований;
- изучить инструменты и этапы маркетинговых исследований;
- изучить методы составления отчета по результатам маркетингового исследования

2. Место дисциплины в структуре программы

Дисциплина Б1.В.08 «Маркетинговые исследования» входит в блок Б1 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» учебного плана.

Перед дисциплиной «Маркетинговые исследования» изучаются следующие дисциплины:

- Теория управления
- Предпринимательство и агробизнес
- Исследование социально-экономических и политических процессов

После прохождения дисциплины «Маркетинговые исследования» изучаются следующие дисциплины:

- Маркетинговый анализ и прогнозирование
- Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
- Производственная практика
- Спортивное совершенствование по избранному виду спорта
- Общая физическая подготовка
- Адаптивная физическая культура
- Русский язык и культура речи
- Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО
- Аграрное право
- Отраслевые рынки в агробизнесе
- Внешнеэкономическая деятельность в агробизнесе
- Внешнеэкономический контракт на иностранном языке
- Технологическая (проектно-технологическая) практика
- Внутренний и внешний PR

- Дисциплины по выбору 4
- Предпринимательское право
- Управленческие решения
- Отраслевые рынки в агробизнесе
- Маркетинг продаж и сбыт в агробизнесе
- Маркетинговые коммуникации
- Аграрная торговля
- Логистика и управление цепями поставок
- Продвижение в Интернете
- Тимбилдинг
- Безопасность жизнедеятельности
- Маркетинг
- Дисциплины по выбору 5
- Производственная практика
- Управление в агробизнесе
- Digital-маркетинг
- Бренд-менеджмент
- Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование
- Преддипломная практика
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
- Маркетинг
- Управление товарной и ценовой политикой в агробизнесе

3. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

3.1 Обучающийся должен:

Знать:

- сущность и виды маркетинговых исследований;
- методы анализа данных;
- принципы организации и проведения маркетинговых исследований

Уметь:

- формулировать гипотезы исследования;
 - применять методы сбора данных;
 - анализировать собранные данные;
- составлять отчет по маркетинговому исследованию;

Владеть:

- навыками анализа и интерпретации данных;
- навыками составления и презентации отчета

3.2 В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

ПК - Индикаторы профессиональной(ых) компетенции(й)

Код	Наименование компетенции
ПК-2.1	Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК-2.2	Анализирует и интерпретирует данные маркетингового исследования
ПК-2.3	Презентует результаты маркетингового исследования

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения Очная форма

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)					
		5	6				
Контактная работа (всего)	117.4	42.1	75.3				
В том числе:							
Лекционные занятия	50	14	36				
Практические занятия	64	28	36				
Иная контактная работа	3.4	0.1	3.3				
Самостоятельная работа	107.6	29.9	77.7				
Часы на контроль	27	0	27				
ИТОГО:	252	72	180				
з.е.	7	2	5				

Форма обучения Очно-заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)					
		5	6				
Контактная работа (всего)	49.4	16.1	33.3				
В том числе:							
Лекционные занятия	14	8	6				
Практические занятия	32	8	24				
Иная контактная работа	3.4	0.1	3.3				
Самостоятельная работа	184.6	55.9	128.7				
Часы на контроль	18	0	18				
ИТОГО:	252	72	180				
з.е.	7	2	5				

Иная контактная работа может включать:

- 0.1 или 0.3 часа – контактная работа на промежуточной аттестации, в зависимости от формы контроля (0.1 часа – зачет или зачет с оценкой, 0.3 часа - экзамен);
- 2 часа - групповые консультации (если по дисциплине предусмотрен экзамен);
- 1 час – индивидуальная консультация (если по дисциплине предусмотрена курсовая работа).

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы/темы дисциплины и виды занятий

Форма обучения Очная форма

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Лабор. занятия	Прак. занятия	СРС	ИКР	Контроль
1	Рынок и маркетинг	14		20	30		
2	ФОССТИС	16		20	30		
3	Сущность и виды маркетинговых исследований.	20		24	47,6		
	ИТОГО:	50		64	107.6	3.4	27

Форма обучения Очно-заочная

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Лабор. занятия	Прак. занятия	СРС	ИКР	Контроль
1	Рынок и маркетинг	4		8	50		
2	ФОССТИС	4		8	60		
3	Сущность и виды маркетинговых исследований.	6		164	74,6		
	ИТОГО:	14		32	184.6	3.4	18

5.2. Содержание разделов/тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела/темы
1	Рынок и маркетинг	<p>Понятие и основные классификации. Потребительский рынок: понятие потребительского поведения; факторы поведенческого поведения в условиях рыночных отношений. Различные подходы, используемые при формировании модели поведенческого поведения. Рынок предприятий: отличительные особенности; факторы поведенческого поведения. Процесс принятия решения о покупке.</p>
2	ФОССТИС	<p>Комплекс маркетинговых коммуникаций. Принципы и методы рекламной деятельности, основные задачи рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности – Закон РФ «О рекламе». Система стимулирования сбыта, ее роль в маркетинговых коммуникациях. Виды стимулирования сбыта. Товарная реклама, ее цели и виды. Основные средства рекламы, их преимущества и недостатки. Требования к товарной рекламе. Общественная реклама (PR). Определение, функции и цели. Виды деятельности по формированию общественного мнения.</p>
3	Сущность и виды маркетинговых исследований.	<p>Составляющие комплекса маркетинга и факторы, оказывающие на них влияния. Классификация маркетинговых исследований по объекту, по цели, по методу сбора данных. Процесс маркетинговых исследований. Определение проблемы исследования; выбор типа проекта решения; определение метода сбора данных; разработка форм сбора данных; формирование выборки и сбор данных; анализ и интерпретация данных; подготовка отчета. Преобразования управленческой проблемы в проблему, требующую маркетингового решения. Требования к формулированию целей и задач исследования. Требования к формулированию рабочей гипотезы исследования. Генеральная совокупность и репрезентативная выборка. Составление рабочего плана количественных и качественных маркетинговых исследований. Составление сетевого графика проведения маркетингового исследования. Основные требования к кабинетным, качественным и количественным методам сбора</p>

		<p>данных. Их основная характеристика. Маркетинговые задачи, решающие с помощью кабинетных методов, достоинства и недостатки кабинетных методов. Алгоритм поиска печатных источников вторичной информации. Маркетинговые задачи, решающие с помощью качественных методов, их достоинства и недостатки. Примеры использования качественных методов в пиар-деятельности.</p>
--	--	--

6. Методические рекомендации для проведения текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль успеваемости в рамках дисциплины проводится с целью определения степени освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости обучающийся проводится по каждой теме учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи **экзамен**.

Экзамен сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за период изучения дисциплины.

ФОМ для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации представлены в составе ОПОП.

7. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины, в том числе для самостоятельной работы обучающихся

Приступая к изучению дисциплины, обучающимся необходимо ознакомиться с настоящей программой и внимательно изучить перечень знаний, умений, владений и компетенций, которые она формирует (см. п.3).

Для освоения дисциплины необходимо:

- посещение лекционных занятий, конспектирование лекций, изучение соответствующих разделов, глав, параграфов рекомендованных преподавателем учебников (см. список основной литературы в п.9 настоящей программы);

- своевременная подготовка к практическим занятиям и активное участие в них;

- систематическая самостоятельная работа.

От обучающихся требуется регулярное посещение лекционных занятий, на которых они получают необходимый теоретический минимум. Лекционные занятия формируют представление о взаимосвязи изучаемых разделов и тем дисциплины, ее междисциплинарных связях, культурном значении. На лекциях вводится терминологический минимум, рассматриваются основные элементы содержания изучаемых тем, объясняется значимость изучаемого материала для будущей профессиональной деятельности, общественной и частной жизни, что способствует повышению внутренней мотивации обучающихся к изучению дисциплины. Лекционные занятия проводятся с применением мультимедийных презентаций, что активизирует зрительную память обучающихся. Конспектирование лекций является обязательным. Конспект может быть полным или содержать реферативную запись рассматриваемых вопросов и выводы по каждому из них. Допускается составление опорных конспектов,

отражающих лишь ключевые позиции рассматриваемого теоретического материала. Наличие конспекта обязательно, объем конспекта определяется самим обучающимся.

Логическим продолжением аудиторных занятий является внеаудиторная самостоятельная работа, которая составляет значительную часть учебной работы по изучению дисциплины и овладению компетенциями. С целью правильной ее организации и повышения эффективности обучающимся рекомендуется пользоваться *планами практических занятий и методическими рекомендациями по планированию и организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине*, разработанными автором настоящей программы (в форме методических указаний и практикумов).

Готовясь к занятиям, следует ознакомиться с перечнем знаний, умений, владений и компетенций. Это необходимо для того, чтобы, завершив подготовку, обучающийся мог провести самоконтроль для установления владения/не владения знаниями, умениями, навыками и компетенциями.

Затем необходимо прочесть перечень выносимых на практическое занятие основных вопросов (в том числе вопросы для обсуждения), по указанной в плане учебной литературе изучить теоретический материал, освоить терминологический минимум.

Если в плане занятия есть задания в тестовой форме, необходимо выполнить их письменно или устно. Выполнение таких заданий считается творческой работой и оценивается преподавателем отдельно от устного ответа.

Методические рекомендации по планированию и организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине позволят обучающемуся правильно организовать режим своей учебной деятельности, распределить время. Ознакомление с вводными разделами методических рекомендаций будет полезно для общего понимания цели, задач, форм и содержания самостоятельной работы.

8. Перечень информационных технологий (комплект лицензионного и свободного ПО)

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:	
Банки данных	Доступ к электронно-библиотечной системе «Лань» Доступ к электронно-библиотечной системе «Book.ru»
Интернет, сеть, безопасность	Биллинговая система «TraffPro» Система контроля доступа IPtables Система мониторинга серверного и сетевого оборудования Zabbix Система антивирусной защиты KasperskyEndpointSecurity Программное средство защиты информации от НСД SecretNet6 (версия 6.5, авт. режим) Secret Net 7 АП «Континент» Крипто-pro 3.6 VipNet Client 3.x(KC2) VipNet Client 4.x(KC2) Dallas Lock 8.0-K Dr. Web «Desktop Security Suite» версия 6
СУБД, серверное ПО, операционные системы	Microsoft SQL Microsoft SQL Expres MySQL PostgreSQL

	<p>Microsoft Windows 2003 server Microsoft Windows 2008 server Microsoft Windows 2012 server Microsoft Windows Terminal Svr CAL 2003 Linux Centos 6 x Linux Fedora 12 Microsoft Windows XP Microsoft Windows XP Starter Microsoft Windows Vista Microsoft Windows 7 starter edition Windows 7 Pro SPI 64-bit Microsoft Windows 8</p>
Графика и дизайн	<p>Adobe photoshop 9 Adobe Photoshop CS3 Extended GIMP CorelDraw Graphics Suite X3 Student & Teacher Editiob QuarkXPress 8 Dia AdobePageMaker</p>
Дистанционное обучение	<p>Система управления дистанционным обучением Moodle (модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда)</p>
Правовые, информационные и поисковые системы	<p>Информационно-правовая система «Гарант»</p>
САПР	<p>Autodesk AutoCAD Autodesk Innvertor Professional Компас 3D V15</p>
Деловые игры	<p>«Технический анализ Forex»</p>
Учебные модули	<p>1С предприятие 8.1 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях в составе: зарплата, квартплата, кадры, стипендия, БГУ, склад Учебная программа «Налогоплательщик» Учебный курс «Электронный документооборот» Ассистент II Meta Trader 4 Server Xplorer Lite Руки солиста Корм оптима эксперт</p>
Виртуальные классы	<p>WTWare Hyper-v VMWare</p>
Компьютерное тестирование	<p>«Hyper-test» Модули для тестирования в системе управления электронными курсами Moodle Доступ к системам тестирования НИИ мониторинга качества образования «Диагностическое тестирование первокурсников»,</p>

	«Интернет-тренажер», «Интернет-экзамен (ФЭПО)», «Интернет-олимпиада»
Мультимедийный курс	TeachPro
Офисные приложения, работа с документами	Microsoft Office 2003-2013 <u>ABBYY FineReader 9.0</u> Abby Finereader 8

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

а) основная литература

1. Сидорова, С. А. Маркетинг : учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. — Самара : СамГУПС, 2020. — 96 с. — ISBN 978-5-6044457-2-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161309> (дата обращения: 20.07.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Шацкая, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Шацкая. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 180 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167584> (дата обращения: 20.07.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) дополнительная литература

1. Цветков, А. Н. Теория менеджмента : учебник / А. Н. Цветков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 344 с. — ISBN 978-5-8114-4194-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119641> (дата обращения: 06.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Мелихов, В. А. Учет и анализ : учебное пособие / В. А. Мелихов, Е. С. Шемет. — Волгоград : Волгоградский ГАУ, 2018. — 96 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119928> (дата обращения: 06.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

в) Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации - <https://www.economy.gov.ru>
2. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации - <https://mcx.gov.ru>.
3. <http://www.4p.ru> – Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг.
4. <http://www.e-xecutive.ru> - Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу.
5. <http://www.marketing.spb.ru> - Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу.
6. <http://www.cfin.ru> - Портал об управленческом менеджменте, консалтинге и маркетинге. <http://marketing.rbc.ru> - Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов.
7. <http://www.sostav.ru> - Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR», включает информацию об участниках рынка маркетинговых услуг, аналитическую информацию по рынкам товаров и услуг, информацию о выставках, конференциях.

8. <http://www.advertology.ru> - Сайт посвящен рекламе, маркетингу и PR (статьи, книги, информация о конференциях).

9. <http://www.elitarium.ru> - Центр дистанционного бизнес-образования предлагает статьи ведущих специалистов в различных областях знания, в том числе и маркетинга.

10. <http://www.marketology.ru> - Сайт Гильдии маркетологов включает аналитическую информацию о рынках товаров и услуг, информацию о конференциях и семинарах статьи, интервью, результаты исследований.

г) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»: сайт. - URL: [http:// www.garant.ru/](http://www.garant.ru/) (дата обращения 04.03.2021). - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа. Кабинеты, оснащенные мультимедийным оборудованием	424 ГУК	Стол – 21 Стул – 30 Шкаф – 2 Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 13 Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.); Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.); Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.); Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО); SumatraPDF - программа просмотра и печати PDF- файлов (свободное ПО); 7-zip – архиватор (свободное ПО); FAR-Manager (свободное ПО); Kaspersky Endpoint Security – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.)
Учебные аудитории для проведения занятий	424 ГУК	Стол – 21 Стул – 30 Шкаф – 2

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
<p>семинарского типа/практических занятий. Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций. Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>		<p>Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 13 MicrosoftWindowsVistaBusinessRussianUpgradeAcademicOPENNoLevel, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.); MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007 RussianAcademicOPENNoLevel, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.); Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.); MozillaFirefox – браузер (свободное ПО); SumatraPDF - программа просмотра и печати PDF- файлов (свободное ПО); 7-zip – архиватор (свободное ПО); FAR-Manager (свободное ПО); KasperskyEndpointSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.)</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы</p>	<p>Читальный зал научной библиотеки</p>	<p>Стол – 12 Стул – 21 Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 12 MicrosoftWindowsVistaBusinessRussianUpgradeAcademicOPENNoLevel, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.); MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007 RussianAcademicOPENNoLevel, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.); Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.); MozillaFirefox – браузер (свободное ПО); SumatraPDF - программа просмотра и печати PDF- файлов (свободное ПО); 7-zip – архиватор (свободное ПО); FAR-Manager (свободное ПО);</p>

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
		KasperskyEndpointSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.)
Библиотека	№	Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы
Читальный зал библиотеки		Стол – 12 Стул – 21 Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 12