

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Методы исследований в маркетинге»**

Направление 38.04.02 Менеджмент
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"
Год начала подготовки -2022

Квалификация (степень) выпускника –магистр

Владикавказ

2022

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.04.02, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. N 952, учебным планом подготовки по направлению 38.04.02, Программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (протокол № 11 от 29.04.2021)

Составители: к.э.н., доц. Бекмурзаева З.Х.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от «14» апреля 2022 г. № 5).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «20» апреля 2022 г. № 8)

Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 31.05.2022, протокол № 13.

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы.(144 час.).

| | ОчнаяФормаобучени я |
|--------------------------|------------------------|
| Курс | 1 |
| Семестр | 1 |
| Лекции | 18 |
| Практические занятия | 8 |
| Лабораторные занятия | 10 |
| Консультации | |
| Итого аудиторных занятий | 36 |
| Самостоятельная работа | 72 |
| Курсовая работа | + |
| Зачет | - |
| Экзамен | 36 |
| Общее количество часов | 144 час. |

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Методы исследований в маркетинге» является формирование у магистров теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетингового исследования и разработки на основе его результатов компетентных управленческих решений.

Основными задачами учебной дисциплины «Методы исследований в маркетинге» являются в теоретической и методологической областях – освоение методологий маркетинговых исследований и изучение современных технологий маркетинговых исследований; в практической области – овладение навыками разработки программ маркетинговых исследований и умение их проведения.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Методы исследований в маркетинге» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Обязательная часть . Б1.О.02.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);

Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; (ОПК-2).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

| Код и наименование компетенции | Индикатор достижения компетенции | Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть) |
|--|--|---|
| УК-1– Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. | УК-1.1. Анализирует задачу и её базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями. | <ul style="list-style-type: none"> • Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; методы критического анализа; основные принципы критического анализа. • Умеет определять базовые требования задачи. Владеет практическим опытом анализа задач. |
| | УК-1.2. Осуществляет поиск информации, интерпретирует и ранжирует её для решения поставленной задачи по различным типам запросов. | <ul style="list-style-type: none"> -Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации. -Умеет соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности. -Владеет практическим опытом работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов. |
| | УК-1.3 Применяет информационно-коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности. | <ul style="list-style-type: none"> -Знает определение понятия «информация»: виды и характеристики. -Умеет определение понятия «информация»: виды и характеристики. -Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации для представления в доступной и понятной форме результатов своей профессиональной деятельности. |
| ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные | ОПК-2.1. Разрабатывает методы, техники и методики сбора данных, инструментарий для анализа и решения управленческих и исследовательских задач. | <ul style="list-style-type: none"> -Знает методы техники и методики сбора данных, инструментарий для анализа и решения управленческих и исследовательских задач. -Умеет применять методы и методики сбора данных, инструментарий для анализа и решения управленческих и исследовательских задач. -Владеет навыками сбора данных, инструментарием для анализа и решения управленческих и исследовательских задач. |

| | | |
|---|--|---|
| информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач | ОПК-2.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач. | -Знает как и зачем использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы. -Умеет применять интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач. -Владеет навыками использования интеллектуальных информационно-аналитических систем при решении управленческих и исследовательских задач. |
|---|--|---|

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

| № п/п | Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине | Занятия | | Самостоятельная работа Студентов | | Формы контроля | Литература |
|-------|---|---------|-----------|---|------|-----------------|-----------------|
| | | л | Лаб. и пр | Содержание | Часы | | |
| 1 | Лекция «Содержание и направление маркетинговых исследований». Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Проектирование МИС. Отличительные особенности маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. | 4 | 4 | Прогнозирование в маркетинговых исследованиях. Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях. | 12 | Конспект, опрос | [1-30]; [4-9 д] |

| | | | | | | | |
|---|--|---|---|--|----|-------------------------------|--------------------|
| 2 | Лекция «Процесс маркетинговых исследований». Общая характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований. Определение потребности в проведении маркетингового исследования. Определение маркетинговой проблемы. Типы маркетинговых проблем. | 2 | 2 | Формирование целей маркетинговых исследований. Характер целей маркетинговых исследований. | 10 | Работа с литературой доклад | [1-30]; [4-9 д] |
| 3 | Лекция «Выбор методов проведения маркетинговых исследований». Общая характеристика методов проведения маркетинговых исследований. Методы социологических исследований. | 2 | 2 | Экспертные оценки. Общая характеристика. Экспертные опросы, проводимые в несколько туров. Метод коллективной генерации идей. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов. | 12 | Опрос, доклад | [1-30]; [4-9 д] |
| 4 | Лекция «Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.». Определение эксперимента. Типы экспериментов. Лабораторные и полевые эксперименты. | 2 | 2 | Тестирование рынка: контролируемое, электронное и имитационное. Недостатки методов тестирования. Проектирование экспериментов. | 12 | Опрос, , работа с конспектами | [1-30]; [4-9 д] |

| | | | | | | | |
|---|---|----|----|--|----|--|--------------------|
| 5 | Лекция «Определение методов сбора данных». Общая характеристика методов сбора данных. Количественные исследования. Качественные исследования. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований. Виды наблюдений. Условия успешного проведения наблюдения. Этапы проведения наблюдения. Метод фокус – группы, цели применения данного метода. Достоинства и недостатки метода фокус – группы. | 4 | 4 | Методы опроса. Выборочные и панельные опросы. Достоинства методов опроса. Панельный метод обследования. Виды панелей. Процесс формирования панелей. Методы получения данных от респондентов. | 14 | Работа с учебным и моделям и. Опрос | [1-30]; [4-9 д] |
| 6 | Лекция «Составление анкет (вопросника)» Функции вопросника. Последовательность процесса составления вопросника. Содержание вопросника. Основные форматы задаваемых вопросов. Содержание вопросов. Требования к составлению вопросника. | 2 | 2 | | | Работа с учебной литературой Практическое занятие | [1-30]; [4-9 д] |
| 7 | Лекция «Организация выборочных полевых исследований». Представительность выборки. Проблемы формирования выборки. Методы формирования выборки. Этапы разработки выборочного плана. Определение объема выборки. | 2 | 2 | Методы формирования выборки. Этапы разработки выборочного плана. Определение объема выборки. | 12 | Работа с учебной литературой Презентации | [1-30]; [4-9 д] |
| | Итого | 18 | 18 | | 72 | | |

Примечания:

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение- поиск ответов на вопросы по теме.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относится: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Самостоятельная работа оформляется в письменном виде объемом до 20 страниц рукописного текста. Структура работы может быть следующей: актуальность и основное содержание вопросов темы, проблематика и различные концепции решения с анализом положительных и отрицательных сторон, разработка самостоятельных предложений по решению данных проблем.

Работу следует выполнять в полном соответствии с планом, приведенном в каждой теме. Текст работы должен свидетельствовать об умении магистранта правильно, сжато и четко излагать рассматриваемый материал, выделяя при этом наиболее существенные моменты. Работа не может носить описательный характер, а должна содержать констатацию положения, формулировки, проблемы, критические высказывания, предложения и рекомендации с их экономическим обоснованием, а также соответствующие графические материалы и расчеты.

Раскрывая содержание темы магистранту необходимо показать глубокое знание вопросов и показать состояние рассматриваемых проблем в специальной литературе. Для этого следует творчески подходить к выполнению работы. Глубокое теоретическое освещение вопросов темы, тесная связь рассматриваемых проблем с практикой является одним из важных требований к самостоятельной работе.

Основное содержание самостоятельной работы излагается в виде доклада, аналитического обзора на практических занятиях. Выступление должно быть кратким (продолжительностью до 10-12 мин.), четко аргументированным, отражать современное видение темы. Выступление проводится в виде дискуссии на заданную тему.

Все вопросы, связанные с выбором темы, структурой и содержанием работы, подбором необходимой литературы и разработкой предложений магистрант решает вместе с преподавателем курса.

Качество подготовки самостоятельной работы магистранта учитывается при подведении итогов усвоения курса. При этом следует отмечать: степень освоения рассматриваемой темы, значимость проблем, самостоятельность и оригинальность решения предлагаемых мероприятий, их аргументированность и обоснованность.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу магистрантов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний \

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

Формами текущего контроля могут быть *опросы на семинарских, практических и лабораторных занятиях, а также короткие (например, до 15 мин.) задания*, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Критерии формирования оценок.

Практические занятия

Практические занятия призваны сформировать у магистранта практические навыки планирования основных параметров деятельности предприятий разной отраслевой принадлежности и организационно-правовых форм.

Целями практических занятий являются: 1) более глубокое знакомство с некоторыми узловыми вопросами соответствующего раздела; 2) обретение навыков научно-исследовательской работы; 3) выработка умения самостоятельно и критически подходить к решению проблемной ситуации; 4) формирование общекультурных и профессиональных компетенций курса.

Критерии формирования оценок.

Максимальное количество баллов за работу на практическом занятии – 5 баллов.

5 балла – студент хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение самостоятельно решать проблемную ситуацию, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи, активно участвует в работе группы на занятии.

4 балла – студент разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение находить подходы к решению проблемной ситуации, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, не проявляет активность в работе группы на семинаре.

3 балла – студент неполно владеет материалом, при изложении фактического материала допуская отдельные неточности, знает материал и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, демонстрирует понимание проблемной ситуации, умеет излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер

Примеры задач по Маркетинговым исследованиям (для формирования компетенций УК-1, ОПК-2)

Методы анализа прогнозирования спроса

Задача 1. Сформулируйте экономико-математическую модель прогнозирования спроса. Охарактеризуйте основные факторы воздействующие на спрос.

Задача 2. В результате повышения цен товара с 5000 руб. до 6000 руб.

Объем спроса на товар сократился с 9000000 штук до 7000000 штук в год. Общий уровень цен не изменился. Определить коэффициент прямой эластичности спроса по цене.

Задача 3. В таблице 1 приведена информация об объемах спроса потребителей А,В,С на товар "Х".

Таблица 1

| | Объем спроса потребителя А (кг в месяц) | Объем спроса потребителя В (кг в месяц) | Объем спроса потребителя С (кг в месяц) |
|---|---|---|---|
| 0 | 7 | 7 | 6 |
| 1 | 7 | 6 | 4 |
| 2 | 6 | 4 | 0 |
| 3 | 4 | 0 | 0 |
| 4 | 0 | 0 | 0 |

Построить графически линию спроса на данный товар. Какие задачи могут быть поставлены перед исследователем при изучении и прогнозировании спроса?

Контрольные вопросы

1. Почему необходимо изучать и прогнозировать спрос?
2. Какая существует связь между концепцией маркетинга и прогнозированием спроса?
3. Что такое спрос?
4. Как классифицируется спрос по основным признакам?
5. Какие задачи ставятся при изучении и прогнозировании спроса в

зависимости от концепции жизненного цикла товара?

6. Как можно определить спрос на товар того или иного предприятия
7. Какие методы могут быть использованы при анализе и прогнозировании спроса?
8. Как определяется качество и достоверность прогноза?
9. В чем сущность формализованных и интуитивных методов прогнозирования спроса?

Вопросы для подготовки к экзамену (для формирования компетенций УК-1, ОПК-2)

1. Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований.
2. Виды маркетинговых исследований: стандартные и специальные исследования.
3. Виды маркетинговых исследований: постоянные и разовые исследования, кабинетные и внекабинетные исследования.
4. Маркетинговая информационная система.
5. Проектирование маркетинговой информационной системы.
6. Организации маркетинговых исследований.
7. Общая характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований.
8. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований.
9. Определение проблем в маркетинговых исследованиях.
10. Типы маркетинговых проблем.
11. Этапы процесса выявления проблем управления маркетингом.
12. Формулирование целей маркетинговых исследований.
13. Характер целей маркетинговых исследований.
14. Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований.
15. Виды экономико-математических методов, используемых при проведении маркетинговых исследований.
16. Разведочные исследования: понятие и методы проведения.
17. Описательные исследования.
18. Казуальные исследования.
19. Сущность эксперимента.
20. Лабораторные и полевые эксперименты.
21. Тестирование рынка. Виды тестирования.
22. Недостатки методов тестирования.
23. Проектирование экспериментов.
24. Первичная информация и ее источники.
25. Вторичная информация и ее источники.
26. Специальные виды вторичной маркетинговой информации.
27. Общая характеристика методов сбора данных.
28. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
29. Виды наблюдений.

30. Преимущества и недостатки наблюдения.
31. Условия успешного проведения наблюдений.
32. Этапы проведения наблюдения.
33. Метод фокус - группы.
34. Организация деятельности фокус – группы.
35. Достоинства и недостатки фокус – группы.
36. Методы опроса. Виды методов опроса.
37. Достоинства методов опроса.
38. Способы сбора информации при проведении опросов.
39. Панельный метод обследования и его преимущества.
40. Виды панелей.
41. Процесс формирования панели.
42. Методы получения данных от респондентов.
43. Понятие и функции анкеты (вопросника).
44. Последовательность процесса составления вопросника.
45. Содержание вопросника. Основные форматы задаваемых вопросов.
46. Требования к составлению вопросника.
47. Проблемы формирования выборки.
48. Методы формирования выборки.
49. Определение объема выборки.
50. Организация и проведение сбора данных.
51. Анализ собранных данных в маркетинговом исследовании.
52. Структура заключительного отчета о проведенном исследовании.
53. Вводная часть отчета о проведенном исследовании.
54. Основная и заключительная части отчета о проведенном исследовании.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

| Уровень сформированности компетенций | | | |
|---|---|--|--|
| «Минимальный уровень не достигнут» | «Минимальный уровень» | «Средний уровень» | «Высокий уровень» |
| <u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы. | <u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны | <u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный | <u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка. | характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка. | применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка |
| Описание критериев оценивания | | | |
| Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. | Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. | Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности | Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы. |

| | | | |
|--|---|---|---------------------------------|
| | | в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах. | |
| Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено | Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» | Оценка «хорошо» / «зачтено» | Оценка «отлично» / «зачтено» |

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513628>
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401>
3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16502-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531181>

б) дополнительная литература:

4. Складорова, О.А. Маркетинговый анализ : учебное пособие : [16+] / О.А. Складорова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. — 115 с. : табл., граф., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428>
5. Цой, М.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях : [16+] / М.Е. Цой, В.Ю. Щеколдин ; Новосибирский государственный технический университет. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — Ч. 1. Направления и методы маркетинговых исследований. — 67 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338>
6. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга : учебное пособие : [16+] / Ю.В. Морозов. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 148 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>
7. Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 440 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

| № п/п | Наименование | № договора(лицензия) | Страна-производитель |
|--------------|---|---|-----------------------------|
| 1. | Windows 10 Enterprise | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г | США |
| 2. | Windows 7 Professional | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г | США |
| 3. | OfficeStandard 2016 | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г | США |
| 4. | Система тестирования SunravWEBClass | №468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно) | Россия |
| 5. | Программное обеспечение 1С:Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия | № СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно | Россия |
| 6. | Система компьютерной верстки MikTex | Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно) | |
| 7. | KasperksyEndpoint Security | До 22.01.2024 | Россия |
| 8. | Программное обеспечение для редактирования химических формул IsisDraw | Свободное программное обеспечение(бессрочно) | США |
| 9. | Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ» | № 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагат» | Россия |
| 10. | Программное обеспечение 1С:Предприятие 8.3 Управление торговлей | №КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно) | Россия |
| 11. | Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8 | №СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-СОФТ» бессрочно | Россия |
| 12. | Программное обеспечение 1С:бюджет. | №СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно) | Россия |
| 13. | Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС» | Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно) | СОГУ |
| 14. | Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» | Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно) | СОГУ |
| 15. | Планы | №8867, от09.01.2023г. (09.01.2023г. до 31.12.2023г.) ООО ЛММИС | Россия |
| 16. | VSDESK | № 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И.А.Сергеевич Тех.под. 07.04.2022 | Россия |

| | | | |
|-----|--|--|--------------------------------|
| 17. | «Галактика» | от 14.03.2022г (примерная дата) | Россия |
| 18. | DIRECTUMRX – Система электронного документооборота | ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата) | Россия |
| 19. | Услуги связи (доступ к сети интернет) | ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г -31.12.2022г | Россия |
| 20. | MOODLE | Бесплатное российское | США (бесплатное российское) |
| 21. | «Галактика РУЗ» | Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г | Россия |
| 22. | Личный кабинет абитуриента | Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г | Россия |
| 23. | Личный кабинет студента/сотрудника | Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г | Россия |
| 24. | Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ) | https://dvs.rsl.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия |
| 25. | ЭБС"Университетская библиотека ONLINE" | https://biblioclub.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия |
| 26. | ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru» | http://elibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия |
| 27. | Универсальная баз данных EastView | https://dlib.eastview.com | США |
| 28. | ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом. | http://www.studentlibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия |
| 29. | ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям | www.biblio-online.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия |
| 30. | КЭП (домен на Яндексe) | бесплатное | Россия |
| 31. | РусГард | бесплатное | Россия |
| 32. | ViPNet | бесплатное | Россия |

Профессиональные базы данных и Интернет-ресурсы:

| | |
|--|---|
| Административно-управленческий портал | http://www.aup.ru |
| Электронная библиотека по экономике и управлению | http://www.konsalter.ru/biblioteka/ |
| Корпоративный менеджмент. Библиотека управления | https://www.cfin.ru |
| Образовательный портал для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы | http://powerbranding.ru |
| Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний | https://www.4p.ru/main/index.php |
| Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка | https://www.r-trends.ru |
| Некоммерческое партнёрство «Гильдия маркетологов» | https://www.marketologi.ru |
| Объединение исследователей рынка и общественного мнения | https://oirom.ru |
| Электронная библиотека учебников. Раздел: реклама | http://studentam.net/content/category/1/48/57/ |
| Портал Всемирного банка. База данных включает более 900 показателей по 210 странам | https://data.worldbank.org |
| Крупнейший бесплатный архив электронных публикаций независимого института экономических исследований – Института по изучению труда | https://www.iza.org/publications/ |

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| | |
|---|--|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7 Ауд.311 |
|---|--|

| | |
|---|---|
| reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | |
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7. Ауд.311 |
| Библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Winrar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса; Консультант плюс | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16 |
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46. Корп. Ауд. 313 |

11. Лист обновления/актуализации

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от «14» апреля 2022 г. № 5

Программа одобрена на заседании совета факультета от «20» апреля 2022 г., протокол № 8