

*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
«Маркетинговые исследования»**

Направление/специальность 38.03.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр

Владикавказ

2021

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению (специальности) 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20г. N 970, учебным планом подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 Менеджмент, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 29.04.2021г. (протокол № 11)

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

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

(протокол от « 12 » апреля 2021 г. № 6).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «15» апреля 2021г. № 7)

Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 29.04.2021, протокол № 11. Утверждена приказом СОГУ от 30.04.2021, № 106 .

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет -3 зачётные единицы.(108 час.).

	Очная Форма обучения
Курс	3
Семестр	5
Лекции	36
Практические занятия	18
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	54
Самостоятельная работа	54
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-
Общее количество часов	108 час.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» является формирование у студентов 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 «Маркетинговые исследования» 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 «Маркетинговые исследования» относится к дисциплинам Блок 1. Дисциплины (модули) . Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.07.

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 поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

Владеет навыками поиска информации, подготовки и реализации работ по формированию спроса и стимулированию сбыта, по контекстно-медийному продвижению в информационно-телекоммуникационной сети (ПК-2);

Владеет технологиями проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПК-9).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми

компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП	
Код	Формулировка	Знать:	Уметь
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода; - принципы, критерии, правила построения суждения и оценок	анализировать задачу, используя основы критического анализа и системного подхода; - осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации; - осуществлять критический анализ собранной информации на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи
ПК-2	Владеет навыками поиска информации, подготовки и реализации работ по формированию спроса и стимулированию сбыта, по контекстно-медийному продвижению в информационно-телекоммуникационной сети	-порядок функционирования системы внутреннего документооборота организации, типы и источники информации о различных показателях деятельности организации, методы и принципы ее обработки и анализа;	-применять методы и средства сбора, хранения, обработки и анализа информации (баз данных) о деятельности организации; - собирать, систематизировать, анализировать сведения и данные, документировать полные и исчерпывающие требования к проектам и процессам организации, их ресурсному окружению
ПК-9	Владеет технологиями проведения маркетингового	методы и принципы планирования и	проводить маркетинговые исследования с

	исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	использованием инструментов комплекса маркетинга, давать рекомендации по их совершенствованию
--	---	--	---

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

Таблица 5.1

Таблица 5.1

Номер недел и (№п/п)	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Баллы		Лите ратур а
		л	пр	Содержание	Часы		min	max	
1	Лекция «Содержание и направление маркетинговых исследований». Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Проектирование МИС.	4	2	Прогнозирование маркетинговых исследований. Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях. Отличительные особенности маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований.	6	Конспект, вопросы в рубежной контрольной аттестации			[1 о] [2-4 д]
2	Лекция «Процесс маркетинговых исследований». Общая характеристика последовательности этапов проведения	4	2	Определение маркетинговой проблемы. Типы маркетинговых проблем. Формирование целей маркетинговых исследований. Характер целей	6	Вопросы в рубежной контрольной аттестации, опрос			[1 о] [2-4 д]

	маркетинговых исследований. Определение потребности в проведении маркетингового исследования..			маркетинговых исследований.					
3	Лекция «Выбор методов проведения маркетинговых исследований». Общая характеристика методов проведения маркетинговых исследований. Методы социологических исследований. Экспертные оценки. Экономико – математические методы. Разведочные исследования: понятие и методы проведения. Описательные исследования. Казуальные исследования.	4	2	Экспертные оценки. Общая характеристика. Экспертные опросы, проводимые в несколько туров. Метод коллективной генерации идей. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.	6	Опрос, вопросы в контрольной рубежной аттестации			[1 о] [2-4 д]
4	Лекция «Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.». Определение эксперимента. Типы экспериментов. Лабораторные и полевые эксперименты.	4	2	Тестирование рынка: контролируемое, электронное и имитационное. Недостатки методов тестирования. Проектирование экспериментов.	6	Опрос, вопросы в контрольной рубежной аттестации			[1 о] [2-4 д]

5	<p>Лекция «Информация в маркетинговых исследованиях» . Определение типа требуемой информации и источники ее получения. Первичная информация. Особенности различных источников первичной информации. Вторичная информация. Внешняя и внутренняя вторичная информация, ее преимущества и недостатки. Источники вторичной информации.</p>	4	2	<p>Методы анализа документов. Традиционный анализ. Внешний и внутренний анализ Контент- анализ. Синдикативная информация</p>	6	<p>Работа с учебной литературой. Вопросы к рубежной контрольной аттестации</p>			<p>[1 о] [2-4 д]</p>
6	<p>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</p>	6	2	<p>Методы опроса. Выборочные и панельные опросы. Достоинства методов опроса. Панельный метод обследования. Виды панелей. Процесс формирования панелей. Методы получения данных от респондентов.</p>	6	<p>Работа с учебным и моделями. Вопросы к рубежной контрольной аттестации</p>			<p>[1 о] [2-4 д]</p>

	<p>проведения наблюдения.</p> <p>Этапы проведения наблюдения.</p> <p>Метод фокус – группы, цели применения данного метода.</p> <p>Достоинства и недостатки метода фокус – группы.</p>								
7	<p>Лекция «Составление анкет (вопросника)»</p> <p>Функции вопросника.</p> <p>Последовательность процесса составления вопросника.</p> <p>Содержание вопросника.</p> <p>Основные форматы задаваемых вопросов.</p> <p>Содержание вопросов.</p> <p>Требования к составлению вопросника.</p>	2	2		6	<p>Работа с учебной литературой.</p> <p>Вопросы к рубежной контрольной аттестации</p>			<p>[1 о]</p> <p>[2-4 д]</p>
8	<p>Лекция «Организация выборочных полевых исследований».</p> <p>Представительность выборки.</p> <p>Проблемы формирования выборки.</p>	4	2	<p>Методы формирования выборки. Этапы разработки выборочного плана.</p> <p>Определение объема выборки.</p>	6	<p>Работа с учебной литературой.</p> <p>Вопросы к рубежной контрольной аттестации</p>			<p>[1 о]</p> <p>[2-4 д]</p>
9	<p>Лекция «Подготовка</p>	4	2	<p>Презентация заключительного отчета</p>	6	<p>Работа с учебной литературой</p>			<p>[1 о]</p> <p>[2-4 д]</p>

	аналитического отчета о проведенном исследовании. Структура заключительного отчета. Титульные листы. Сопроводительное письмо. Содержание, список иллюстраций и резюме. Цели и задачи исследования, методика, результаты, ограничения. Выводы и рекомендации					рой. Вопросы к рубежной контрольной аттестации			
	Итого	36	18		54				

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 относятся: 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.

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

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

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 студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра такие контрольные мероприятия проводятся по графику.

Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Критерии оценивания представлены в таблице 8.1.

Примеры тестовых заданий по дис Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?

наблюдение;

опрос;

эксперимент;

все ответы верны;

правильного ответа нет.

Исследование зависимости между объемом рекламы и ценой товара может быть проведено с помощью:

наблюдения;

эксперимента;

опроса;

все ответы верны;

правильного ответа нет.

Пилотажное исследование проводится с целью:

сбора информации для целей исследования;

проверки правильности составления орудия исследования;

снижения затрат на проведение исследования;

все ответы верны;

правильного ответа нет.

Проведение тестирования товара предполагает:

эксперимент в лабораторных условиях;
эксперимент в полевых условиях;
наблюдение в лабораторных условиях;
наблюдение в полевых условиях;
правильного ответа нет.

Наблюдение является единственно возможным методом сбора информации в случаях, когда:
объект отказывается от сотрудничества;
необходимо избежать субъективности оценок поведения;
необходимо воспринимать неосознанное поведение людей;
все ответы верны;
правильного ответа нет.

Эффект наблюдения проявляется в том, что:
исследователь осуществляет селективный отбор объектов наблюдения;
исследуемое поведение тщательно детализируется;
наблюдаемое поведение становится неестественным;
все ответы верны; правильного ответа нет.

Основным недостатком наблюдения, который не может быть устранен, является:
селективный отбор объектов наблюдения;
низкая репрезентативность;
независимость от объекта исследования;
трудности в обеспечении стабильности внешней среды;
правильного ответа нет.

Непрямое наблюдение предполагает, что:
наблюдаемый человек не знает о проведении исследования;
наблюдается поведение человека со стороны;
наблюдается поведение человека с помощью приборов;
наблюдается результат поведения человека;
правильного ответа нет.

Единица наблюдения представляет собой:
некоторое действие исследуемого объекта;
некоторое действие исследуемого объекта в определенной ситуации;
некоторое действие объекта в определенной последовательности;
все ответы верны;
правильного ответа нет.

Рамки наблюдения означают:
количество уровней наблюдаемого поведения;
количество единиц наблюдения;
количество элементов поведения, которые учитываются в ходе структурированного наблюдения;
все ответы верны;

правильного ответа нет.

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1 модуля состоит из:	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельная работа	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	15
Текущая оценка студента в течение 2 модуля состоит из:	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работа	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	15
Устный зачет	30
Итого	100

Методика формирования результирующей оценки.¹

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 35 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 35 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов автоматически получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 20-50 баллов, для получения зачета по дисциплине сдают устный зачет в период проведения экзаменационной сессии по расписанию. За устный ответ на зачете студент получает 0-30 баллов, которые суммируются с баллами, полученными в ходе текущего и рубежного контроля. Студенты, набравшие в сумме текущего, рубежного контроля и устного зачета 50 и более баллов, получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля менее 20 баллов, не допускаются до сдачи устного зачета, и сдают зачет в установленном порядке.

^{1 3} В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (в действующей редакции)

Методика формирования результирующей оценки

Таблица 8.1

Этап	Форма контроля	Критерии оценивания			
1. Текущий контроль (max 20 баллов за 1 модуль)					
		4 балла	3 балла	2 балла	0–1 баллов
	Посещение занятий (max 4 б.)	Студент посетил более 85% занятий	Студент посетил 71–85% занятий	Студент посетил 56–70% занятий	Студент посетил менее 56% занятий
		11–13 баллов	8–10 баллов	6–7 баллов	0–5 баллов
	Текущая работа в течение модуля (max 13б.)	Студент активно работает на занятиях, превосходно выполняет все задания преподавателя.	Студент активно работает на занятиях, хорошо выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, удовлетворительно выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, неудовлетворительно выполняет задания преподавателя.
		3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов
	Доклад, презентация (max 3б.) / опорный конспект (max 3б.)	Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом. Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения.	Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения.	Тема частично раскрыта. Удовлетворительное владение материалом. Низкий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения.	Тема не раскрыта. Неудовлетворительное владение материалом. Недостаточный уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения.
2. Рубежный контроль (15б. за 1 модуль)					
		13–15 баллов	10–12 балл	8–9 баллов	0–7 баллов
	Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.
3. Итоговый контроль по дисциплине					
		26–30 баллов	20–25 балла	15–19 баллов	0–14 баллов
	Экзамен / зачет	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен,	Дан полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Но допущены незначительные	Дан недостаточно полный ответ. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи.	Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ и допущены грубые ошибки. Речь неграмотная. Уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции

		демонстрирует авторскую позицию студента.	ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	Речевое оформление требует поправок, коррекции.	ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.
--	--	---	--	---	--

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов, автоматически получают «Зачет» или оценку «удовлетворительно». Для получения более высокого балла («хорошо» или «отлично») студент обязан явиться на экзамен и сдавать экзамен по шкале от 0-30 баллов в дополнение к накопленным за семестр баллам.

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

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов)	«Минимальный уровень» (50-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	<u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно 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,	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	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	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,

предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	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 в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	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.
Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

Вопросы для подготовки к зачету:

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

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425174>

б) дополнительная литература:

2. 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>
3. 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>
4. Чернопятав, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятав. — 2-е изд., стер. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 439 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>

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

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. — URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. — URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. — URL: <http://www.biblioclub.ru>.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

Перечень ПО в свободном доступе:

1. KasperskyFree;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.