

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.09.2023 21:23:17
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69020d48317135d1a979e8f

Аннотация

учебной дисциплины Б.В.06 Маркетинговые исследования
направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

Дисциплина учебного плана подготовки магистров по направлению
38.04.02 Менеджмент профиль Менеджмент и маркетинг

Цели изучения курса: Сформировать у обучающихся компетенции в сфере разработки стратегий Маркетинговых коммуникационных кампаний и отдельных этапов их тактической реализации с учетом тенденций потребительского поведения, конкурентной среды, поставленных маркетинговых задач и выстраиваемой идентичности бренда

Задачи курса:

- Сформировать у обучающихся навыки самостоятельно и в творческом коллективе выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, стратегий и реализации коммуникационных программ;
- Обучить умениям использовать традиционные и современные технологии профессиональной деятельности;
- Способствовать обучению приемам и методам разработки эффективных коммуникационных решений;
- Обучить программным средствам оптимизации творческого процесса, методам критического анализа рекламных материалов, навыкам работы с рекламными и PR текстами.

Основные блоки и темы дисциплины: Понятия и сущность маркетинговых исследований. История развития мировой и российской практики маркетинговых исследований. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Способы реализации маркетинговых исследований. «Партизанский маркетинг» как технология интегрированных маркетинговых коммуникаций. Постановка исследовательской-аналитической функции на предприятии. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований. Исследования внешней среды маркетинга.

Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» входит в перечень курсов базовой части вариативных дисциплин ООП.

В результате изучения дисциплины магистр должен обладать следующими компетенциями (УК-1.1,УК-1.2, ПКУВ – 3.1, ПКУВ – 3.2, ПКУВ – 3.3, ПКУВ – 3.4):

знать: основные маркетинговые методы анализа потребностей общества и интересов аудитории;

уметь: творчески применять маркетинговые средства и методы прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты;

владеть: навыком системного маркетингового анализа аудитории в коммуникационной отрасли.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершаются зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.

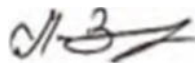
Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:


(подпись)

А.А. Хажгериева

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению



Л.И. Задорожная