Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко Павел Васильевич
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 29.09.2023 11:16:27
Уникальный программный ключ:
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки / специальность: **39.04.03 Организация работы с молодежью**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление профессиональной карьерой молодежи в области креативных индустрий и цифровых технологий**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**
Кафедра: **Кафедра философии и социологии (ФС)**
Курс: **1**
Семестр: **2**
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	2 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	18	18	часов
Самостоятельная работа	108	108	часов
Общая трудоемкость	144	144	часов
(включая промежуточную аттестацию)	4	4	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Зачет с оценкой	2

Томск

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Приобретение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований, изучения и анализа бизнес-процессов, организации деятельности по управлению и повышению эффективности их реализации с целью выполнения проектов в составе группы в креативных индустриях.

1.2. Задачи дисциплины

1. Изучение основных понятий в области маркетинговых исследований.
2. Обеспечение понимания студентами роли маркетинговых исследований в области креативных индустрий и цифровых технологий, особенно в процессе маркетингового планирования.
3. Приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений исследований, формулированию рабочих гипотез исследований.
4. Изучение студентами основных принципов построения маркетинговой информационной системы в соответствии с информационными потребностями предприятия.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.01.02.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
Универсальные компетенции	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Знает методики сбора и обработки информации, актуальные российские и зарубежные источники информации для решения поставленных задач, а также методы системного анализа
	УК-1.2. Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников
	УК-1.3. Владеет методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач; способен генерировать различные варианты решения поставленных задач
Общепрофессиональные компетенции	
-	-
Профессиональные компетенции	
ПК-6. Способен управлять процессом проведения социологических исследований по вопросам молодежной политики и положения молодежи в обществе	ПК-6.1. Знает инструментарий мониторинга удовлетворённости молодежи качеством предоставления им услуг
	ПК-6.2. Умеет анализировать отчетную информации о сфере молодежной политики
	ПК-6.3. Владеет навыками управления процессом подготовки аналитической и другой отчетной информации о сфере молодежной политики и осуществление контроля за подготовка аналитической и другой отчетной информации о сфере молодежной политики

4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
2 семестр
1 Цели, задачи и виды маркетинговых исследований в области креативных индустрий
2 Процедура маркетингового исследования в области креативных индустрийи его планирование
3 Виды и источники маркетинговой информации с применением цифровых технологий
4 Сбор и анализ маркетинговой информации качественными и количественными методами