

Документ подписан электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко Павел Васильевич
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 13.11.2023 12:09:34
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 организациях (ГПО-1)

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**

Направление подготовки / специальность: **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) / специализация: **Экономика и управление на предприятии**

Форма обучения: **заочная**

Факультет: **ЗиВФ, Заочный и вечерний факультет**

Кафедра: **Менеджмента, Кафедра менеджмента**

Курс: **2**

Семестр: **3, 4**

Учебный план набора 2018 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	3 семестр	4 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	4	4	8	часов
2	Практические занятия	6	6	12	часов
3	Всего аудиторных занятий	10	10	20	часов
4	Самостоятельная работа	62	130	192	часов
5	Всего (без экзамена)	72	140	212	часов
6	Подготовка и сдача зачета	0	4	4	часов
7	Общая трудоемкость	72	144	216	часов
				6.0	З.Е.

Контрольные работы: 4 семестр - 1

Зачёт с оценкой: 4 семестр

Томск

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

- в рамках группового проектного обучения является практическое закрепление знаний и навыков проектной, научно-исследовательской и организационной деятельности в рамках профессиональных задач по направлению подготовки обучающегося;
- является освоение методики сбора информации о рынке, проектирования процесса маркетинговых исследований,
- а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и компоновки отчета о проведении исследований для подготовки предложений по использованию этих результатов в управлении проектами, программами внедрения технологических и продуктовых инновации и бизнес-планировании.

1.2. Задачи дисциплины

- обеспечение теоретической подготовки по планированию и проведению маркетинговых исследований;
- исследование информационной системы маркетинговых исследований;
- формирование системного подхода к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений;
- освоение методики планирования и организация комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;
- формировать практические навыки командной работы в ходе решения сложных задач.
-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинговые исследования в организациях (ГПО-1)» (Б1.В.ДВ.2.2) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Макроэкономика, Микроэкономика.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Маркетинг, Преддипломная практика, Экономика предприятия.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- ПК-18 владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** цели и задачи группового проектного обучения; основы проектной деятельности; индивидуальные задачи в рамках ГПО; теоретические основы проектного управления; особенности и специфику управления маркетингом в проектах и организациях; роль маркетинга в бизнес-планировании, создании и развитии новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

- **уметь** работать в составе проектной группы при реализации проектов; практически использовать знания и навыки в рамках профессиональной деятельности; разрабатывать предложения по использованию результатов маркетинговых исследований в бизнес-планировании; формировать предложения по организации маркетинговых исследований и продвижению бренда новых организаций (направлений деятельности, продуктов); принимать решения по управлению проектом внедрения и продвижения технологических и продуктовых инноваций.

- **владеть** профессиональными навыками решения индивидуальных задач при выполнении проекта. навыками сбора, анализа и обработки информации, необходимой для формирования программы внедрения и продвижения технологических, продуктовых инноваций; методами исследования рынка и продвижения новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

4. Название разделов (тем) дисциплины

Названия разделов дисциплины
3 семестр
1 Определение целей и задач этапа проекта
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта
4 семестр
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта
5 Составление отчета
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта