

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 14.06.2024 00:29:12

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9f9beb23726a1609b644b33d8986ab6255891f288f913a1351fae

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Маркетинговые исследования»

направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

направленность (профиль) «Экономика и учет»

(квалификация выпускника - бакалавр)

1. Цель и задачи дисциплины

формирование у будущих бакалавров представлений о современном положении маркетинговых исследований.

Задачи:

- изучение целей, задач и основных направлений маркетинговых исследований;
- специфики и особенности маркетинговых исследований;
- изучение и анализ первичной и вторичной информации при проведении маркетингового исследования;
- изучение процесса маркетингового исследования;
- изучение методологии проведения маркетинговых исследований, разработка маркетинговых исследований.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Маркетинговые исследования относятся к части, формируемой участниками образовательных отношений, к дисциплинам (модулям) по выбору 1(ДВ.1) - Б1.В.ДВ.01.01.07.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

ПК-1 Способен проводить экономический анализ деятельности организации

ПК-1.3. Осуществляет планирование и прогнозирование экономической деятельности организации

Знать:

методики оценки и порядок организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности предприятия; принципы и методы планирования хозяйственной деятельности; систему внутрихозяйственных планов, их содержание.

Уметь:

анализировать и организовывать экономическую, хозяйственно-правовую деятельности; разрабатывать стратегические (перспективные) планы предприятий.

Владеть:

методикой организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности; методикой составления планов различных предпринимательских решений (инвестиционных, финансовых, коммерческих).

ПК-1.4. Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами

Знать:

методы планирования на предприятии и систему плановых расчетов; методику разработки стратегических и оперативных планов развития предприятия и его структурных подразделений; методику организации выполнения и контроля за выполнением разработанных планов на предприятии.

Уметь:

комплексно использовать различные методы планирования; разрабатывать оперативно-тактические планы предприятий и объединений, в том числе сельскохозяйственных, перерабатывающих, обслуживающих (инфраструктурных), а также бизнес-планы.

Владеть:

методами разработки планов: нормативным, балансовым, программно-целевым и оптимального планирования; методикой составления оперативно-тактических (в том числе годовые производственно-финансовые) планов предприятий и бизнес-планов

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часов (3 зачётные единицы).

Форма контроля – зачет.

Авторы: старший преподаватель кафедры экономики Сидоренко А.А.