

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Экономика



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Маркетинговые исследования рынка

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе ПО

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-3	способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность
ПК-1	способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-10	способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
ПК-14	способностью осуществлять документирование хозяйственных операций, проводить учет денежных средств, разрабатывать рабочий план счетов бухгалтерского учета организации и формировать на его основе бухгалтерские проводки
ПК-2	способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-21	способностью составлять финансовые планы организации, обеспечивать осуществление финансовых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления
ПК-3	способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-4	способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
ПК-5	способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
ПК-6	способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
ПК-7	способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет
ПК-8	способностью использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- основные категории, виды и направления маркетинговых исследований;
- содержание маркетинговой концепции управления;
- методы маркетинговых исследований;
- методики и приемы маркетинговых исследований;
- назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- отечественный и зарубежный опыт в области маркетинговых исследований.

Должен уметь:

- применять имеющиеся методические подходы к практике маркетинговых исследований;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- оценивать необходимость, масштабы и эффективность маркетинговых исследований.

Должен владеть:

- методами формулировки цели и задач конкретного маркетингового исследования;
- подбором адекватного инструментария для проведения маркетингового исследования;
- приемами организации и проведения исследования;
- инструментами грамотного оформления отчета о маркетинговом исследовании.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- обосновать необходимость проведения маркетингового исследования;
- сформулировать проблему организации, которую необходимо решить в результате проведения маркетингового исследования;
- установить цель и задачи маркетингового исследования;
- определить исполнителей маркетингового исследования;
- разработать план маркетингового исследования;
- сформировать генеральную совокупность и обосновать размер выборки;

- разработать опросный лист;
- организовать сбор данных;
- провести обработку полученных данных;
- сформировать отчет о маркетинговом исследовании;
- подготовить презентацию;
- провести защиту отчета о маркетинговом исследовании.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.14 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.01 "Экономика (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 26 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 90 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований	3	2	2	0	4
2.	Тема 2. Процесс маркетинговых исследований	3	2	2	0	6
3.	Тема 3. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации	3	2	2	0	10
4.	Тема 4. Методы проведения маркетинговых исследований	3	4	4	0	8
5.	Тема 5. Формулировка проблемы и целей маркетингового исследования	3	2	2	0	10
6.	Тема 6. Разработка плана маркетингового исследования. Определение объема и процедуры выборки	3	2	2	0	10
7.	Тема 7. Разработка документации для маркетинговых исследований	3	2	2	0	10
8.	Тема 8. Организация сбора данных в ходе маркетингового исследования	3	2	2	0	10
9.	Тема 9. Обработка полученных данных, методы анализа и прогнозирования	3	2	4	0	10
10.	Тема 10. Формирование отчета с проведенном исследовании	3	2	2	0	8

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
11.	Тема 11. Методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий	3	4	4	0	4
	Итого		26	28	0	90

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований

Сущность, роль и цели маркетинговых исследований

Основные направления маркетинговых исследований:

- изучение спроса;
- изучение потребителей;
- изучение товара;
- анализ цен;
- изучение каналов сбыта;
- анализ продвижения;
- анализ конкурентов.

Процесс и этапы развития маркетинговых исследований

Особенности современного рынка

Тема 2. Процесс маркетинговых исследований

Теоретические основы маркетинговых исследований

Этапы маркетинговых исследований:

- установление цели и задач исследования;
- выбор объекта и предмета исследования;
- системный анализ объекта исследования;
- теоретическая и эмпирическая интерпретация понятий;
- выдвижение и проверка гипотез;
- интерпретация данных;
- разработка стратегического плана исследования;
- разработка рабочего плана исследования;

Типы тестовых рынков

Общая характеристика процесса маркетинговых исследований

Тема 3. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации

Сущность и принципы формирования системы маркетинговой информации

Виды маркетинговой информации

Внешняя и внутренняя маркетинговая информация

Первичная и вторичная маркетинговая информация

Источники информации для маркетинговых исследований

Программное обеспечение маркетинговой информационной системы

Тема 4. Методы проведения маркетинговых исследований

Состав и характеристика методов маркетинговых исследований

Количественные и качественные маркетинговые исследования

Наблюдение: виды, этапы, значение, сферы применения

Эксперимент: существенные признаки, виды, возможности и целесообразность применения

Имитация: сущность, значение и целесообразность использования
Классификация и характеристика опросов.

Тема 5. Формулировка проблемы и целей маркетингового исследования

Обоснование необходимости МИ

Формулировка проблемы и целей МИ

Объективные субъективные и симптомы проблем

Требования к маркетинговым исследованиям (научность, системность, комплексность, оперативность и гибкость, эффективность, соответствие Международному Кодексу по практике маркетинговых и социальных исследований)

Тема 6. Разработка плана маркетингового исследования. Определение объема и процедуры выборки

Формирование перечня работ по проведению маркетингового исследования

Построение линейного графика маркетингового исследования

Формирование генеральной совокупности по корпоративным потребителям

Формирование генеральной совокупности по конечным потребителям

Методы формирования выборки

Обоснование размера выборки

Тема 7. Разработка документации для маркетинговых исследований

Принципы разработки анкет

Структура вопросника:

- введение;

- реквизитная часть;

- основная часть;

- справочная информация;

Процесс разработки анкет

Виды шкал

Специфика анкет для проведения опроса в Интернет с использованием Google Forms

Характеристика и преимущества матриц оценки параметров изделий

Тема 8. Организация сбора данных в ходе маркетингового исследования

Проблемы выбора исполнителя:

- собственными силами;

- аутсорсинг;

- комбинированный.

Организация сбора данных

Проблемы сбора данных

Ошибки выборки

Невыборочные ошибки:

- непреднамеренные ошибки респондентов;

- преднамеренные ошибки респондентов;

- непреднамеренные ошибки интервьюеров;

- преднамеренные ошибки интервьюера.

Тема 9. Обработка полученных данных, методы анализа и прогнозирования

Преобразование данных

Анализ анкет

Кодирование данных

Ввод в компьютер

Группировка данных

Статистическая обработка данных

Корреляционный анализ в маркетинговых исследованиях
Регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях
Прогнозирование параметров организации и рынка
Моделирование в маркетинговых исследованиях

Тема 10. Формирование отчета с проведенном исследовании

Структура отчета о маркетинговом исследовании

- аннотация;
- введение;
- основная часть (методология исследования и аналитический раздел);
- ограничения исследования;
- выводы и предложения;
- приложения.

Критерии качества отчета о маркетинговом исследовании (полнота, точность, ясность, наглядность, актуальность, обоснованность, прозрачность)

Тема 11. Методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий

Подходы к оценке эффективности маркетинга

Основные показатели эффективности маркетинга

Методика оценки эффективности маркетинга по функциям

Оценка эффективности маркетинга по степени использования потенциала рынка

Оценка эффективности маркетинга на основе финансовых показателей

Оценка эффективности конкретных маркетинговых мероприятий

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;

- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
 - содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.
- Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модуля).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Закон о защите прав потребителей - http://www.potrebitel.net/zakon_zpp/zakon.shtml

Маркетинговое исследование - <http://marketopedia.ru/93-marketingovoe-issledovanie.html>

Маркетинговые исследования - <http://iteam.ru/articles.php?id=393&pid=2&sid=22&tid=2>

Международный кодекс маркетинговых исследований - <http://www.infowave.ru/lib/pocket/esomar/>

Что такое маркетинговое исследование - <http://officemart.ru/research/articles/articles82.htm>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по: лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме заданиям для самостоятельной работы. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия : изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.

Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимы планирование и контроль со стороны преподавателей, а также планирование объема самостоятельной работы в учебных планах специальностей профилирующими кафедрами, учебной частью, методическими службами учебного заведения. СРС предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной, профессиональной деятельности, способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решить проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т. д.
зачет	Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Зачет проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

Специализированная лаборатория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.01 "Экономика" и профилю подготовки "не предусмотрено".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.14 Маркетинговые исследования рынка

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе ПО

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Основная литература:

1. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и К, 2012. - 296 с.: 60x88 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплет) ISBN 978-5-394-01470-3, 1500 экз.
<http://znanium.com/bookread.php?book=336541>
2. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2012. - 368 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0233-6, 1000 экз.
<http://znanium.com/bookread.php?book=351110>
3. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 192 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0191-5, 500 экз.
<http://znanium.com/bookread.php?book=389909>
4. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-08-7, 700 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=362356>

Дополнительная литература:

1. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Борискина Т.Б., Кониная О.В., Пескова О.С., Юрова О.В. - Волгоград.: Волгоградский государственный технический университет, 2015.-170 с. ББК: У291.3я7
<https://elibrary.ru/item.asp?id=25299654>
2. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Ковалев А.И., Хайруллина Л.П. - Омск.: ООО 'Полиграфический центр КАН' (Омск), 2016.- 246 с. ББК: 65.290-2 УДК: 339.138
<https://elibrary.ru/item.asp?id=26598199>
3. Маркетинг-аналитика: Учебное пособие / Соловьева Ю.Н., Юлдашева О.У., Лизовская В.В., Наумов В.Н., Фирсанова О.В.- Санкт-Петербург.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016.- 126 с. ББК: 65.290-2 <https://elibrary.ru/item.asp?id=27481397>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.14 Маркетинговые исследования рынка

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе ПО

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.