

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. Такурский Д.А.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **Программа дисциплины**

Прикладные маркетинговые исследования ФТД.ДВ.01.09.03

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

**Автор(ы):** Рольбина Е.С.

**Рецензент(ы):** Мартынова О.В.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: экономика):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
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
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
  - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
  - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
  - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
  - 7.1. Основная литература
  - 7.2. Дополнительная литература
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 к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

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 образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
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

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- методы маркетинговых исследований;
- методики и приемы маркетинговых исследований;
- методику разработки плана маркетингового исследования;
- методику разработки документации для маркетингового исследования;
- назначение, структуру и содержание отчета о маркетинговом исследовании.

Должен уметь:

- разработать план маркетингового исследования;
- разработать документацию для маркетингового исследования;
- сформировать отчет о маркетинговом исследовании.

Должен владеть:

- методами маркетинговых исследований;
- методами разработки плана маркетингового исследования;
- методами разработки документации для маркетингового исследования;
- способностью разработки отчета о маркетинговом исследовании.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- разработать план маркетингового исследования;
- разработать документацию для маркетингового исследования в том числе в среде Интернет;
- сформировать отчет о маркетинговом исследовании.

### 2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "ФТД.ДВ.01.09.03 Факультативные дисциплины" основной профессиональной образовательной программы 38.03.01 "Экономика (Бухгалтерский учет, анализ и аудит)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 7 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 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 48 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 24 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 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. Кабинетное маркетинговое исследование	7	0	6	0	4
2.	Тема 2. Полевое маркетинговое исследование	7	0	16	0	4
3.	Тема 3. Сегментация рынка	7	0	6	0	4
4.	Тема 4. Позиционирование товара	7	0	6	0	4
5.	Тема 5. Изучение потребителей	7	0	10	0	4
6.	Тема 6. Маркетинговое исследование по теме ВКР	7	0	4	0	4
	Итого		0	48	0	24

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Кабинетное маркетинговое исследование

Сущность кабинетных исследований как начального этапа маркетингового исследования.

Достоинства кабинетных маркетинговых исследований.

Недостатки кабинетных маркетинговых исследований.

Информационная основа кабинетных маркетинговых исследований: статистическая информация, данные бизнес-карт, публикаций и др.

##### Тема 2. Полевое маркетинговое исследование

Сущность полевого маркетингового исследования.

Этапы полевого маркетингового исследования: формулировка проблемы, цели и задач, выбор исполнителя, выбор метода исследования, разработка плана и бюджета, формирование генеральной совокупности и обоснование размера выборки, разработка документации, организация сбора данных, обработка данных, формулировка предложений и оформление отчета о маркетинговом исследовании.

##### Тема 3. Сегментация рынка

Необходимость и целесообразность сегментации рынка

Требования к сегменту

Выгоды сегментации рынка

Проблемы сегментации рынка

Критерии сегментации потребительского рынка по Ф. Котлеру

Критерии сегментации рынка товаров производственного назначения Ф. Котлеру

Методика обоснования выбора целевых сегментов для производителя

##### Тема 4. Позиционирование товара

Сформулируйте стратегию по товару организации с использованием матрицы Бостонской консультативной группы, если известно, что максимальный темп роста данной группы товаров (Тр) по объему продаж - 1,2; минимальный - 0,8. Относительная доля рынка (ОДР)  $\min = 5\%$ ,  $\max = 30\%$ . Ваши координаты: Тр = 1,05; ОДР = 15%.

##### Тема 5. Изучение потребителей

Обсуждение основных правил составления анкеты.

Опрос, как основной метод проведения маркетинговых исследований, виды вопросов в анкете, структура анкеты, правила ее составления

Принципы разработки анкет

Подходы к проектированию анкет: туннельный

Подходы к проектированию анкет: секционный

Подходы к проектированию анкет: комбинированный

Оптимальные параметры опроса

Brand Analytics - продукт, позволяющие анализировать интернет пространство. Возможности, стоимость, примеры (вся информация представлена на сайте)

Замена бумажных анкет мобильными опросами и опросами с применением планшетов: причины, преимущества и недостатки каждого из методов.

Google forms и survio.com - основные возможности составления и обработки анкет

## **Тема 6. Маркетинговое исследование по теме ВКР**

В соответствии с темой ВКР провести маркетинговое исследование, реализовав все этапы:

- формулировка проблемы, цели и задач,
- выбор метода исследования,
- разработка плана и бюджета,
- формирование генеральной совокупности и обоснование размера выборки,
- разработка документации,
- организация сбора данных,
- обработка данных, формулировка предложений и оформление отчета о маркетинговом исследовании.

## **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 №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

### 6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
<b>Семестр 7</b>			
	<b>Текущий контроль</b>		
1	Проверка практических навыков	ОПК-2 , ПК-6	1. Кабинетное маркетинговое исследование 3. Сегментация рынка 6. Маркетинговое исследование по теме ВКР
2	Проверка практических навыков	ПК-5 , ПК-7	2. Полевое маркетинговое исследование
3	Контрольная работа	ПК-6 , ПК-7	4. Позиционирование товара 5. Изучение потребителей
	<b>Зачет</b>	ОПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-7	

### 6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
<b>Семестр 7</b>					
<b>Текущий контроль</b>					
Проверка практических навыков	Продемонстрирован высокий уровень освоения навыков, достаточный для успешного решения задач профессиональной деятельности.	Продемонстрирован хороший уровень освоения навыков, достаточный для решения большей части задач профессиональной деятельности.	Продемонстрирован удовлетворительный уровень освоения навыков, достаточный для решения отдельных задач профессиональной деятельности.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень освоения навыков, недостаточный для решения задач профессиональной деятельности.	1 2
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	3
	<b>Зачтено</b>		<b>Не зачтено</b>		
<b>Зачет</b>	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

### 6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

## Семестр 7

### Текущий контроль

#### 1. Проверка практических навыков

Темы 1, 3, 6

Тема 1

На основе информации Федеральной службы государственной статистики:

1. проанализировать индексы производства по Российской Федерации за последние 3 года;
2. проанализировать индексы предпринимательской уверенности по обрабатывающим производствам;
3. проанализировать показатели, характеризующие состояние конкурентной среды;
4. проанализировать динамику реальных денежных доходов населения.

На основе информации Татарстанстат:

5. проанализировать индексы производства по Российской Федерации за последние 3 года;
6. проанализировать индексы предпринимательской уверенности по обрабатывающим производствам;
7. проанализировать показатели, характеризующие состояние конкурентной среды;
8. динамику реальных денежных доходов населения.

На основе информации Единого реестра субъектов предпринимательства ФНС:

9. определить динамику развития крупного бизнеса;
10. определить динамику развития среднего бизнеса;
11. определить динамику развития малого предпринимательства;
12. определить динамику развития микро предпринимательства;
13. определить структуру бизнеса (соотношение крупного, среднего, малого и микро предпринимательства).

Темы 3 и 6

Проведите анализ рынка Вашей организации:

- определите основных потребителей
- сформируйте кластеры или группы по ABC или XYZ анализу
- обоснуйте выбор целевых сегментов для Вашей организации

#### 2. Проверка практических навыков

Тема 2

Используя сборник контрольных заданий:

1. оценить уровень спроса на автокраны по всей совокупности;
2. изучить запросы потребителей по характеристикам;
3. провести анализ предпочтений и реальных характеристик изделий;
4. исследовать зависимость спроса от технических характеристик изделий;
5. предложить направления совершенствования продукта;
6. сформировать сегменты рынка и оценить их емкость;
7. обосновать выбор целевых сегментов с учетом критериев;
8. провести экономическую оценку рынка сбыта и его сегментов по показателям прибыли и объема продаж с учетом производственной мощности предприятия;
9. определить перспективы работы на рынке (сегменте) с учетом спроса и производственной мощности предприятия;
10. разработать и обосновать комплекс маркетинга для выбранных сегментов.

#### 3. Контрольная работа

Темы 4, 5

Тема 4

Постройте и проанализируйте жизненный цикл одного из товаров Вашей организации

Постройте матрицу БКГ по товарам Вашей организации

Постройте матрицу ОПТ по товарам Вашей организации

Проведите совместный анализ жизненного цикла и матриц

Разработайте стратегию по исследуемому товару

Тема 5

В соответствии с темой ВКР:

На основе информации Федеральной службы государственной статистики проанализировать:

1. индексы производства исследуемой отрасли в мировой экономике;
2. индексы производства по Российской Федерации;
3. индексы предпринимательской уверенности по обрабатывающим производствам;
4. показатели, характеризующие состояние конкурентной среды;
5. динамику реальных денежных доходов населения
6. индексы потребительской уверенности.

На основе информации Татарстанстат проанализировать:

7. индексы производства по РТ;
8. индексы предпринимательской уверенности по обрабатывающим производствам;

9. показатели, характеризующие состояние конкурентной среды;
10. динамику реальных денежных доходов населения.

### **Зачет**

Вопросы к зачету:

Вопросы к зачету:

Зачет проставляется по совокупности выполненных заданий по темам 1,2,3

и вопросам по теории маркетинговых исследований:

1. Сущность, роль и цели маркетинговых исследований
2. Основные направления маркетинговых исследований
3. Теоретические основы и этапы маркетингового исследования
4. Виды маркетинговой информации
5. Наблюдение: виды, этапы, значение, сферы применения
6. Эксперимент: существенные признаки, виды, возможности и целесообразность применения
7. Имитация: сущность, значение, возможность и целесообразность использования
8. Опрос: сущность, достоинства и недостатки
9. Обоснование необходимости маркетинговых исследований, симптомы наличия проблемы, идентификация проблемы
10. Методика разработки плана маркетингового исследования
11. Принципы разработки анкет, подходы к проектированию анкет
12. Структура вопросника, содержание и проблемы разработки
13. Основная часть вопросника: закрытые и открытые вопросы, вопросы с многовариантным выбором, вопросы со шкалой ответов, характеристика и проблемы применения
14. Практические подходы к сегментации рынка товаров народного потребления: сегментация по каналам сбыта
15. Практические подходы к сегментации рынка товаров народного потребления: ценовая сегментация
16. Практические подходы к сегментации рынка товаров народного потребления: сегментация по характеристикам товара
17. Практические подходы к сегментации рынка товаров производственного назначения: ценовая сегментация
18. Практические подходы к сегментации рынка товаров производственного назначения: сегментация по каналам сбыта
19. Практические подходы к сегментации рынка товаров производственного назначения: сегментация по характеристикам товара
20. Изучение потребителей: исследование отношений
21. Изучение потребителей: оценка уровня удовлетворенности запросов потребителя
22. Изучение потребителей: исследование намерений потребителей
23. Изучение потребителей: исследование процесса принятия решения о покупке
24. Изучение потребителей: исследование поведения потребителей во время и после покупки; мотивация потребителя
25. Определение целей маркетингового исследования с использованием системной карты
26. Определение целей маркетингового исследования на основе анализа факторов маркетинговой среды
27. Изучение спроса в ходе маркетинговых исследований.
28. Оценка емкости товарного рынка
29. Структура и содержание отчета о маркетинговом исследовании, критерии качества отчета
30. Позиционирование товара на рынке на основе карт восприятия

### **6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".



Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
<b>Семестр 7</b>			
<b>Текущий контроль</b>			
Проверка практических навыков	Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.	1	15
		2	15
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	3	20
<b>Зачет</b>	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

**7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

**7.1 Основная литература:**

1. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.: Дашков и К, 2017. - 296 с.: 60x88 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01470-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/336541>
2. Тюрин Дмитрий Валерьевич. Маркетинговый аудит: Учебник / Д.В. Тюрин. - 2-е изд., доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 285 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006440-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/429741>
3. Казакова Наталия Александровна. Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/455015>

**7.2. Дополнительная литература:**

11. Рыжикова Тамара Николаевна. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие. - М. : ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). [www.dx.doi.org/10.12737/1450](http://www.dx.doi.org/10.12737/1450). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1014746>
2. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0233-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=351385>
3. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0175-7, 500 экз.- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392041>

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

- Маркетинговое исследование рынка - [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_m/marketingovoe\\_issledovanie\\_rynka/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketingovoe_issledovanie_rynka/)  
 Маркетинговые исследования - <https://blog.iteam.ru/marketingovye-issledovaniya/>  
 Маркетинговые исследования - <https://creativecallproject.ru/marketingovye-issledovaniya/>

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

Вид работ	Методические рекомендации
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: 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 указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.
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.
проверка практических навыков	Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.
контрольная работа	Контрольная работа является средством промежуточного контроля оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного лекционного материала, теоретического материала, изученного самостоятельно и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.
зачет	Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Зачет проводится в устной или письменной форме по заданиям 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)

Освоение дисциплины "Прикладные маркетинговые исследования" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

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.

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

Освоение дисциплины "Прикладные маркетинговые исследования" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

## **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 "Бухгалтерский учет, анализ и аудит".