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. Таюрский Д.А.
"___"_____20___ г.

Программа дисциплины

Прикладные маркетинговые исследования ФТД.ДВ.01.07.03

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика
Профиль подготовки: Банковское дело и современные финансовые технологии
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2017
Автор(ы): Белобородова А.Л.
Рецензент(ы): Каленская Н.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.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

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

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Белобородова А.Л. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), ALBeloborodova@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
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

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

требования при проведении маркетинговых исследований;

Должен уметь:

- определять объекты, цели исследований с соблюдением этики;
- уметь находить методы решения поставленной проблемы, проблемы функционирования предприятия;
- применять методы обработки информации, статистические методы;

Должен владеть:

навыками проведения маркетинговых исследований

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять теоретические знания при выполнении практических заданий

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "ФТД.ДВ.01.07.03 Факультативные дисциплины" основной профессиональной образовательной программы 38.03.01 "Экономика (Банковское дело и современные финансовые технологии)" 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 - 36 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 36 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. Разработка документации и					

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

планирование маркетингового исследования

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Разработка и согласование анкеты. Оценка генеральной совокупности и определение объема выборки	7	0	6	0	6
3.	Тема 3. Организация сбора данных	7	0	4	0	4
4.	Тема 4. Обработка полученных данных, составление отчета	7	0	2	0	6
5.	Тема 5. Презентация результатов маркетингового исследования	7	0	4	0	4
6.	Тема 6. Сегментация потенциальных потребителей с целью создания продающего сайта и настройки эффективной рекламы	7	0	6	0	4
7.	Тема 7. Практика создания продающего сайта, как результат сегментации	7	0	6	0	4
8.	Тема 8. Практика эффективной настройки контекстной рекламы, как результат сегментации	7	0	4	0	2
	Итого		0	36	0	36

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Разработка документации и планирование маркетингового исследования

Выявление проблематики. Формулировка целей и задач маркетингового исследования, как результат построения дерева факторов. Выдвижение гипотез. Разработка технического задания на проведение маркетингового исследования. Разработка календарного графика работ по подготовке и проведению маркетингового исследования.

Тема 2. Разработка и согласование анкеты. Оценка генеральной совокупности и определение объема выборки

1. Преподаватель знакомит слушателей с правилами составления анкет: 10 основных правил, виды вопросов в анкете, структура анкеты. Демонстрирует примеры удачных и неудачных анкет, совместно со слушателями разбирает ошибки.

2. На основе полученной информации слушатели самостоятельно разрабатывают анкеты на 15-20 вопросов.

Изучение методов формирования выборки: математические, логические, практические. На основе полученной информации слушатели формируют выборку для предстоящего маркетингового исследования.

Тема 3. Организация сбора данных

Преподаватель дает сравнительную характеристику традиционного метода проведения опроса и онлайн-анкетирования. Знакомит слушателей с сервисами для организации онлайн опросов google формы, Survio и др.

Выбрав один из описанных инструментов слушатели заливают разработанную анкету и запускают опрос.

Тема 4. Обработка полученных данных, составление отчета

Слушатели обрабатывают собранные данные, делают выводы.

Полученные результаты оформляют в форме отчета на бумажном носителе и готовят презентацию в Power Point на 15-20 слайдов с основными выдержками из отчета.

Презентацию защищают перед другими слушателями и преподавателем. Время доклада 5-7 минут.

Тема 5. Презентация результатов маркетингового исследования

Каждый слушатель (группа слушателей) защищают свою презентацию перед преподавателем и участниками других групп. На защиту и ответы на вопросы одной презентации отводится 15 мин. Вопросы могут задавать как участники других команд, так и преподаватель.

Критерии оценки: лаконичность доклада, качество презентации, умение отвечать на вопросы

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Тема 6. Сегментация потенциальных потребителей с целью создания продающего сайта и настройки эффективной рекламы

Сегментация потенциальных потребителей на основе анализа ключевых запросов. Используемые программные продукты:

1. wordstat.yandex - Статистика ключевых слов на Яндексе
2. Мультипликатор конструктора сайтов Воздух - сбор и сегментация ключевых слов
3. Key Collector - сбор и анализ ключевых запросов

Тема 7. Практика создания продающего сайта, как результат сегментации

На базе конструктора сайтов - Воздух слушателям предлагается создать собственный сайт, наполнить страниц сайта продающим контентом, оптимизировать страницы сайта по собранным ключевым запросам

Созданный сайт демонстрируется преподавателю у другим слушателям. Производится совместная оценка его удобства

Тема 8. Практика эффективной настройки контекстной рекламы, как результат сегментации

С помощью инструментов конструктора сайтов - Воздух слушателям предлагается подготовить пул рекламных компаний для привлечения потенциальных клиентов. В ходе обучения слушатель получит навыки настройки контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google addwords, банерной рекламы, рекламы по геопозиции клиентов.

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".

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
Семестр 7			

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
	Текущий контроль		
1	Отчет	ОПК-3 , ОПК-2 , ОК-7 , ОК-4 , ОК-3 , ПК-4 , ОПК-4	1. Разработка документации и планирование маркетингового исследования 2. Разработка и согласование анкеты. Оценка генеральной совокупности и определение объема выборки 4. Обработка полученных данных, составление отчета 6. Сегментация потенциальных потребителей с целью создания продающего сайта и настройки эффективной рекламы
2	Дискуссия	ПК-6 , ПК-5 , ПК-4 , ПК-26 , ПК-2 , ПК-1 , ПК-7	3. Организация сбора данных
3	Презентация	ПК-7 , ПК-6 , ПК-5 , ПК-4 , ПК-26 , ПК-2 , ПК-1 , ОПК-4 , ОПК-3 , ОПК-2 , ОПК-1 , ОК-7 , ОК-4 , ОК-3	5. Презентация результатов маркетингового исследования
4	Проверка практических навыков	ПК-4 , ПК-6 , ОК-3	7. Практика создания продающего сайта, как результат сегментации 8. Практика эффективной настройки контекстной рекламы, как результат сегментации
	Зачет	ПК-7, ПК-8	

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.**	
Семестр 7					
Текущий контроль					
Отчет	Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Использованы надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован средний уровень владения материалом. Использованы надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Использованные источники, структура работы и применённые методы частично соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Использованные источники, структура работы и применённые методы не соответствуют поставленным задачам.	1
Дискуссия	Высокий уровень владения материалом по теме дискуссии. Превосходное умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Высокий уровень этики ведения дискуссии.	Средний уровень владения материалом по теме дискуссии. Хорошее умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Средний уровень этики ведения дискуссии.	Низкий уровень владения материалом по теме дискуссии. Слабое умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Низкий уровень этики ведения дискуссии.	Недостаточный уровень владения материалом по теме дискуссии. Неумение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Отсутствие этики ведения дискуссии.	2

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	**Хорошо**	**Удовл.**	**Неуд.**	
Презентация	Превосходный уровень владения материалом. Высокий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения полностью соответствуют задачам презентации. Использованы надлежащие источники и методы.	Хороший уровень владения материалом. Средний уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения в основном соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Удовлетворительный уровень владения материалом. Низкий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения слабо соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы частично соответствуют поставленным задачам.	Неудовлетворительный уровень владения материалом. Неудовлетворительный уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения не соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы не соответствуют поставленным задачам.	3
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.	4
	Зачтено		**Не зачтено**		
Зачет	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. Отчет

Темы 1, 2, 4, 6

Тема 1. Слушатель представляет преподавателю оформленное техническое задание на проведение маркетингового исследования

Также в ходе общения с преподавателем слушатель должен быть готов ответить на следующие вопросы:

- место маркетинговых исследований в маркетинговой системе предприятия
- зачем нужны маркетинговые исследования?
- на основе каких критериев принимается решение самостоятельно проводим маркетинговое исследование или заказываем у сторонней организации
- дерево факторов, как инструмент ранжирования и упорядочивания целей исследования. Пояснить правила составления
- структура технического задания. Причины сложности согласования технического задания с руководством или заказчиком

Тема 2. Слушатель представляет преподавателю оформленную анкету.

Также в ходе общения с преподавателем слушатель должен быть готов ответить на следующие вопросы:

- 10 правил составления анкеты по мнению М. Тарусина
- виды вопросов в нкете

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

- структура анкеты
- методы формирования выборки

Тема 4. Слушатель представляет преподавателю оформленный отчет по маркетинговому исследованию. Объем отчета 20-40 стр.

Также в ходе общения с преподавателем слушатель должен быть готов ответить на следующие вопросы:

- структура отчета о маркетинговых исследованиях
- требования, предъявляемые к отчету по маркетинговым исследованиям

Тема 6. Слушатель представляет преподавателю отчет о сформированных сегментах

Также в ходе общения с преподавателем слушатель должен быть готов ответить на следующие вопросы:

- понятие и цель сегментации потребителей
- принципы сегментации
- этапы сегментации
- стратегии охвата рынка: суть, преимущества и недостатки
- опишите возможности следующих инструментов: wordstat.yandex, Мультипликатор конструктора сайтов Воздух, Key Collector

2. Дискуссия

Тема 3

в ходе общения с преподавателем слушатель должен быть готов ответить на следующие вопросы:

- виды маркетинговой информации
- первичная и вторичная маркетинговая информация, преимущества и недостатки
- эксперимент как метод маркетингового исследования, суть, преимущества, недостатки, примеры
- наблюдение как метод маркетингового исследования, суть, преимущества, недостатки, примеры
- имитация метод маркетингового исследования, суть, преимущества, недостатки, примеры
- интервью, работа с экспертами, фокус-группы, массовый опрос. Суть, преимущства, недостатки и сфера применения каждого из методов
- панельные исследования, цели, сфера применения, методы формирования панелей
- трекинг и омнибус
- обзор сервисов для проведения онлайн опросов
- маркетинговые исследования в интернете и социальных медиа
- обзор систем мониторинга соцмедиа пространства (Brand Analitycs, YouScan, Крибрум, BrandSpotter и другие): возможности систем, их преимущества, недостатки и стоимость

3. Презентация

Тема 5

По результатам проведенного маркетингового исследования каждый слушатель (группа слушателей) должен (-ы) подготовить презентацию в Power Point (или с использованием других программных продуктов), которая будет представлена преподавателю и другим слушателям группы. Презентация должна содержать 10-20 слайдов.

Структура презентации:

- цель маркетингового исследования
- результаты опроса
- выводы
- предложенные рекомендации

На защиту презентации отводится 5-7 мин. На ответ на дополнительные вопросы отводится 5-7 мин.

4. Проверка практических навыков

Темы 7, 8

Тема 7. По результатам освоения данной темы слушатель должен предоставить преподавателю на проверку готовый сайт, созданный с применением конструктора Воздух. Этапы создания сайта

- выбор шаблона
- создание структуры сайта
- наполнение страниц сайта продающим контентом
- оптимизация страниц сайта по ключевым словам

Тема 8. По результатам освоения данной темы слушатель должен предоставить преподавателю на проверку составленные объявления контекстной рекламы, сформированные в аккаунте Яндекс.Директ. Этапы создания рекламной компании:

- создание аккаунта Яндекс
- подключение аккаунта к конструктору Воздух
- создаем заголовок объявлений, текст объявлений, заполняем все предложенные Яндексом поля
- выгружаем созданные объявления из конструктора Воздух в Яндекс.Директ
- устанавливаем цену клика

Зачет

Вопросы к зачету:

Примерные вопросы к экзамену:

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

1. Понятие ?маркетинговых исследований? и их место в маркетинге
2. Цели и задачи маркетинговых исследований
3. Обоснование необходимости проведения маркетинговых исследований
4. Виды маркетинговых исследований
5. Этапы проведения маркетинговых исследований
6. Выбор исполнителя маркетингового исследования: сами или заказываем?
7. Составление технического задания
8. Структура технического задания
9. Дерево факторов ? как метод установления целей маркетингового исследования
10. Первичная и Вторичная маркетинговая информация
11. Кабинетные исследования: суть, кластеры вторичной информации
12. Оценка генеральной совокупности и формирование выборки
13. Разработка анкеты: 10 основных правил, виды вопросов в анкете, структура анкеты
14. Проведение опроса и обработка информации
15. Наблюдение: понятие, преимущества, недостатки, виды
16. Эксперимент: понятие, преимущества, недостатки, виды
17. Тестирование: холл-тест и blind-тест
18. Имитация
19. Понятие, цель и принципы сегментации
20. Этапы сегментации рынка
21. Стратегии охвата рынка: суть, преимущества и недостатки
22. Понятие, цель и задачи позиционирования
23. Этапы позиционирования товара
24. Инструменты позиционирования

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
Семестр 7			
Текущий контроль			
Отчет	Обучающийся пишет отчёт, в котором отражает выполнение им, в соответствии с полученным заданием, определённых видов работ, нацеленных на формирование профессиональных умений и навыков. Оцениваются достигнутые результаты, проявленные знания, умения и навыки, а также соответствие отчёта предъявляемым требованиям.	1	16
Дискуссия	На занятии преподаватель формулирует проблему, не имеющую однозначного решения. Обучающиеся предлагают решения, формулируют свою позицию, задают друг другу вопросы, выдвигают аргументы и контраргументы в режиме дискуссии. Оцениваются владение материалом, способность генерировать свои идеи и давать обоснованную оценку чужим идеям, задавать вопросы и отвечать на вопросы, работать в группе, придерживаться этики ведения дискуссии.	2	2
Презентация	Обучающиеся выполняют презентацию с применением необходимых программных средств, решая в презентации поставленные преподавателем задачи. Обучающийся выступает с презентацией на занятии или сдаёт её в электронном виде преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме презентации, логичность, информативность, способы представления информации, решение поставленных задач.	3	12

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
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.	4	20
Зачет	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. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с. ISBN 978-5-9776-0175-7. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/392041

2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с. ISBN 978-5-905554-08-7. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/362356

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - Москва :Дашков и К, 2017. - 296 с. (Учебные издания для бакалавров)ISBN 978-5-394-01470-3. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/336541

7.2. Дополнительная литература:

1. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие/А.Г.Зайцев, Е.В.Такмакова - Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 88 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-369-01444-8. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/500604

2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с. ISBN 978-5-9558-0233-6. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/351385

3. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум / В.Т. Гришина. - Москва : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 58 с. ISBN 978-5-9558-0348-7. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/436043

4. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: ил.; . - (Профессиональное образование). ISBN 978-5-91134-811-3. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/418464

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

Конструктор сайтов Воздух - https://airfb.ru

Статистика ключевых запросов Яндекс - https://wordstat.yandex.ru/

Яндекс.Директ - https://direct.yandex.ru

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

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	В рамках практических занятий студенты выполняют одну из 3-х форм контроля: отчет дискуссия проверка практических навыков Перечень вопросов или описание задания выдается преподавателем слушателю заранее. При необходимости поясняются особенности выполнения задания или описываются необходимые мероприятия предварительной подготовки.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Вид работ	Методические рекомендации
самостоя-тельная работа	Самостоятельная работа выполняется обучающимся без конкретного контакта с преподавателем. Самостоятельная работа может включать в себя предварительную подготовку обучающегося к семинарскому занятию или завершение выполнения задания, начатого в рамках семинарского занятия. Для выполнения самостоятельного блока обучающийся может пользоваться рекомендуемой литературой
отчет	Для оформления отчетов по вышеуказанным темам слушатель должен обладать теоретическими знаниями, ознакомиться с примерами, предложенными преподавателем иметь возможность и желание применить изученный материал на практике. Необходимо предоставить следующие отчеты: оформленное техническое задание, составленная анкета, отчет о проведенных маркетинговых исследованиях и отчет о выделенных сегментах. Максимально возможно получить - 16 баллов.
дискуссия	В рамках дискуссии слушатели отвечают и дают свое аргументированное мнение по вопросам, сформулированным преподавателем в рамках изучаемого раздела. Результатом дискуссии должно быть полное понимание темы и организация применения полученных знаний на практике. Максимальное количество баллов, которое можно получить - 2
презентация	Презентация представляет собой защиту отчета о проведенном маркетинговом исследовании. Структура презентации: - цель маркетингового исследования - результаты опроса - выводы - предложенные рекомендации На защиту презентации отводится 5-7 мин. На ответ на дополнительные вопросы отводится 5-7 мин. Максимально возможно набрать 12 баллов.
проверка практических навыков	Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий, предложенных преподавателем. Проверяется знание теоретического материала, по средствам ответа на дополнительные вопросы и наличие практических навыков по средствам анализа выполненной работы. Максимально возможно получить - 20 баллов.
зачет	При условии предоставления следующих отчетов слушатель получает зачет: 1. Предоставить Дерево факторов 2. Предоставить оформленное техническое задание 3. Предоставить составленную анкету 4. Предоставить отчет о проведенном маркетинговом исследовании 5. Предоставить и защитить презентацию 6. Предоставить созданный и оптимизированный сайт 7. Предоставить готовые к запуску объявления в Яндекс. Директ 8. Предоставить готовые к запуску объявления в РСЯ 9. Предоставить готовые к запуску объввления по геолокации 10. Предоставить готовые к запуску банерные объявления В случае непредоставления хотя бы одного из отчетов, материал заслушивается преподавателем на зачете

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 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

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

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 Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

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.

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

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

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

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;

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

- 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 "Банковское дело и современные финансовые технологии".

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ