

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Документальная информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.03.2022 21:01:19
Уникальный программный ключ:
672b4d14e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79
Рассмотрено и одобрено на заседании
учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


личная подпись

В.В. Шутенко
инициалы, фамилия

« 26 » июля 2021 г.

Протокол № 11 от 26.07.2021

Председатель совета


личная подпись

В.В. Шутенко

инициалы, фамилия

д-р экон. наук, профессор Бурцева Татьяна Алексеевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
(код, наименование без кавычек)

ОПОП: **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**
(наименование)

Форма освоения ОПОП: **очная, очно-заочная, заочная**
(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: **9** (з.е.)

Всего учебных часов: **324** (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Дифференцированный зачет	4	6	6
Экзамен	5	7	7

Москва 2021 г.

Год начала подготовки студентов - 2021

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся знания, умения и навыки по основным понятиям и видам в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа, принципам и механизмам функционирования систем маркетинговой информации в организациях.
Задачи дисциплины	<p>Сформировать понятий аппарат и четкое представление о маркетинговых исследованиях как элемента системы маркетинговой деятельности организации.</p> <p>Сформировать представление о технологиях и механизмах информационного обеспечения маркетинговой деятельности.</p> <p>Сформировать умение организовать маркетинговые исследования с целью анализа существующих и потенциальных запросов потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя.</p> <p>Сформировать умение ситуационного анализа конкурентного рынка.</p> <p>Приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа.</p>

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	<p>Математика и статистика</p> <p>Методы анализа данных</p> <p>Основы анализа потребительского поведения</p> <p>Основы маркетинга</p> <p>Основы менеджмента</p>
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	<p>Брендинг</p> <p>Деловые бизнес-коммуникации и современная пресс-служба</p> <p>Имиджелогия</p> <p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p> <p>Основы научно-исследовательской деятельности</p> <p>Ценообразование на рынке рекламных услуг</p> <p>Экономика рекламного дела</p>

3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
УК1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		

УК-1.1	Знать: методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа	должен обладать знанием: - фундаментальных положений современных подходов к поиску, сбору и обработке информации; - в анализе актуальных российских и зарубежных источников информации в сфере профессиональной деятельности; - методов системного анализа	Тест
УК-1.2	Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач	должен обладать умением: - применения методик поиска, сбора и обработки информации; - осуществления критического анализа и синтеза информации, полученной из разных источников; - применения системного подхода для решения поставленных задач	Контрольная работа
УК-1.3	Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач	должен владеть навыками: - поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - системного подхода для решения поставленных задач	Эссе
ОПК4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности			
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Должен владеть знанием методов соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Тест

ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>Должен владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий; - учета основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов 	Контрольная работа
---------	---	---	--------------------

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Маркетинговые исследования в системе информационного обеспечения управленческих решений	<p>Информационное обеспечение управленческих решений</p> <p>Информация. Требования к информационному обеспечению</p> <p>Классификация информации</p> <p>Специфика маркетинговой информации</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.2 УК-1.1 УК-1.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2
2.	Ситуационный анализ в системе информационного обеспечения управленческих решений	<p>Ситуационный анализ: основные понятия и категории ситуационного анализа</p> <p>Направления ситуационного анализа</p> <p>Технология ситуационного анализа</p> <p>Ситуационный анализ в системе информационного обеспечения управленческих решений</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2
3.	Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации	<p>Специфика и свойства маркетинговой информации.</p> <p>Классификация маркетинговой информации.</p> <p>Источники первичной информации.</p> <p>Источники вторичной информации.</p> <p>Синдикативные источники информации</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2
4.	Маркетинговая информационная система	<p>Информационные системы в управленческой деятельности</p> <p>Модель маркетинговой информационной системы (МИС)</p> <p>Основные блоки МИС</p> <p>Технология формирования МИС</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	ОПК-4.2 УК-1.3 УК-1.1 УК-1.2 ОПК-4.1

5.	Понятие маркетингового исследования и ситуационного анализа	Экономическое содержание понятия "маркетинговые исследования" Экономическое содержание понятия "ситуационный анализ" Основные этапы маркетингового исследования Основные этапы ситуационного анализа	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.2 УК-1.3 ОПК-4.2 УК-1.1 ОПК-4.1
6.	Постановка задач маркетингового исследования	Маркетинговые исследования: этап определения проблемы, целей и задач исследования Идентификация проблемы исследования. Цели маркетингового исследования. Формирование рабочей гипотезы. Определение задач исследования.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2
7.	Выбор метода исследования и методов сбора информации	Классификация методов проведения МИ. Метод сбора информации: полевые и кабинетные исследования. Качественные исследования. Количественные исследования.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 ОПК-4.2 УК-1.3 ОПК-4.1
8.	Планирование выборки	Планирование выборки как этап МИ Определение генеральной совокупности для МИ Формирование выборки Определение объема выборки	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-4.1 ОПК-4.2
9.	Разработка форм для сбора данных	Разработка форм для сбора данных: разработка анкеты Разработка форм для сбора данных: разработка шкал для измерения Дизайн и апробация анкеты Оценка шкал	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 ОПК-4.1
10.	Методы анализа данных маркетинговых исследований и ситуационного анализа	Основные методы анализа данных МИ. Статистические методы обработки данных МИ. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании. Презентация отчета о проведении маркетинговых исследований.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

Форма обучения: очная, 4 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	8	2	0	6	18
2.	8	2	0	6	20
3.	8	2	0	6	20
4.	10	4	0	6	20
5.	8	4	0	4	18
Промежуточная аттестация					
	2	0	0	0	4
Консультации					

	0	0	0	0	0
Итого	44	14	0	28	100

Форма обучения: очная, 5 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
6.	16	8	0	8	16
7.	16	8	0	8	12
8.	14	6	0	8	14
9.	12	6	0	6	15
10.	14	8	0	6	15
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	76	36	0	36	104

Форма обучения: очно-заочная, 6 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	4	2	0	2	20
2.	8	4	0	4	20
3.	8	4	0	4	20
4.	8	4	0	4	22
5.	6	4	0	2	22
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	36	18	0	16	108

Форма обучения: очно-заочная, 7 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
6.	10	6	0	4	18
7.	12	6	0	6	18
8.	10	4	0	6	16
9.	10	4	0	6	20
10.	10	6	0	4	20
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				

	0	0	0	0	0
Итого	56	26	0	26	124

Форма обучения: заочная, 6 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	3	1	0	2	22
2.	4	2	0	2	26
3.	3	1	0	2	26
4.	3	1	0	2	26
5.	3	1	0	2	22
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	18	6	0	10	126

Форма обучения: заочная, 7 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
6.	4	2	0	2	22
7.	4	2	0	2	22
8.	4	2	0	2	28
9.	4	1	0	3	26
10.	4	1	0	3	26
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	24	8	0	12	156

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины обучающемуся необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе обучающегося. На лекциях обучающиеся получают самые

необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение обучающихся сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, обучающемуся следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов обучающихся.

Самостоятельная работа

Обучающийся в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа обучающихся играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих обучающихся к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает обучающийся, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине обучающемуся необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии обучающемуся следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «ОПК-4.1»

Вопрос №1 .

Объектом бенчмаркинга должен стать процесс, который (в соответствии со стратегиями конкуренции М. Портера);

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. Дифференцирует предприятие по отношению к конкурентам
2. Соответствует наибольшему объему затрат в цепочке создания добавленной стоимости
3. Соответствует наименьшему объему затрат в цепочке создания добавленной стоимости

Вопрос №2 .

Маркетинговая информационная система формируется в рамках

Варианты ответов:

1. Информационной системы предприятия
2. Отдельного рабочего стола маркетолога
3. В рамках системы MRP

Вопрос №3 .

Для сбора информации для государственного контроля за ценами применяется

Варианты ответов:

1. Запрет демпинга
2. Декларация
3. Ценовая война

Вопрос №4 .

Какой метод шкалирования используется для параметрического метода установления цены

Варианты ответов:

1. Номинальная шкала
2. Категориальная шкала
3. Шкала балльных оценок
4. Шкала Лайкерта

Вопрос №5 .

Бенчмаркинг конкурентоспособности — это метод исследования

Варианты ответов:

1. Метод исследования для сравнения продукции изучаемой компании с прямыми конкурентами
2. Сравнение конкурентоспособности собственных товаров
3. Оценка уровня конкурентоспособности своей продукции
4. Выработка решений по повышению конкурентоспособности своей продукции

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Контрольная работа для формирования «ОПК-4.2»

1. Технология проведения ситуационного анализа целевой аудитории для разработки рекламного сообщения.
2. Основные этапы исследования основных характеристик целевой аудитории при создании текстов

рекламы и связей с общественностью.

3. Разработка анкеты опроса респондентов для определения контекста рекламного сообщения.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

Контрольная работа для формирования «ОПК-4.2»

1. Использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.
2. Определение основных направлений повышения эффективности Public Relations.
3. основные составляющие корпоративного имиджа рекламного агентства. Приведите примеры.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

Тест для формирования «УК-1.1»

Вопрос №1 .

Научно организованный сбор и использование информации, предназначенной для удовлетворения информационно-аналитических потребностей предприятий – это

Варианты ответов:

1. наблюдение
2. анкетирование
3. эксперимент

Вопрос №2 .

Панельные исследования - это

Варианты ответов:

1. исследования, предполагающие неоднократный опрос группы потребителей через равные промежутки времени
2. исследование панелей экспертов, обладающих знаниями в определенной области
3. опрос отдельных представителей конкретной панели через равные промежутки времени

Вопрос №3 .

Глубинное интервью как метод опроса

Варианты ответов:

1. реализуется в виде тематической беседы при свободной формулировке вопросов
2. реализуется в виде опроса участников эксперимента
3. это разновидность панельных исследований.

Вопрос №4 .

К преимуществам кабинетных методов исследования НЕ относятся

Варианты ответов:

1. быстрота и относительная дешевизна
2. возможность мониторинга основных рыночных тенденций
3. возможность получения данных, которые фирма не в состоянии собрать самостоятельно
4. низкая релевантность информации

Вопрос №5 .

Информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели, - это

Варианты ответов:

1. первичные данные
2. предварительные прогнозы
3. целевые данные
4. начальные условия

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Контрольная работа для формирования «УК-1.2»

17. Цель задания выполнения контрольной работы: Изучить основные положения, понятийный аппарат, используемые методы и область применения знаний, умений и навыков, полученных в результате изучения темы контрольной работы.

Условия задания:

1. Ситуационный анализ как инструмент информационного обеспечения управленческих решений.
 2. Системный подход в системе управления конкурентоспособностью организации и товара.
 3. Подходы к критическому анализу и синтезу информации, полученной из разных источников.
- Приведите примеры.

Методические указания:

1. Контрольная работа содержит 3 задания.
2. По каждому вопросу необходимо изучить теоретические и методологические аспекты на основе изучения рекомендуемой в РПД литературы.
3. Объем изложения ответа на 1 вопрос составляет 1,5 – 2 страницы (TNR, 14 шрифт, интервал 1,0). Если изложение материалы представлено в виде таблицы, то объем составляет 1 - 1, 5 стр. (TNR, 12 шрифт, интервал 1,0).
4. По вопросам №2 и №3 необходимо привести примеры из практики работы отечественных или зарубежных компаний.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

Контрольная работа для формирования «УК-1.2»

1. Использование информационно- телекоммуникационной сети Интернет.
2. Критерии эффективности продвижения через Интернет. Примеры.
3. Дайте характеристику наиболее эффективных каналов продвижения услуг через Интернет.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач

Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

Контрольная работа для формирования «УК-1.2»

1. Ситуационный анализ как инструмент информационного обеспечения управленческих решений.
2. Системный подход в системе управления конкурентоспособностью организации и товара.
3. Подходы к критическому анализу и синтезу информации, полученной из разных источников. Приведите примеры.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

Эссе для формирования «УК-1.3»

Основные методы сбора маркетинговой информации.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части

Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

Эссе для формирования «УК-1.3»

Основные методы статистической обработки данных маркетинговых исследований

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Маркетинговые исследования в системе информационного обеспечения управленческих решений

1. Маркетинговые исследования в системе информационного обеспечения управленческих решений
2. Информационное обеспечение управленческих решений
3. Информация. Требования к информационному обеспечению
4. Классификация информации
5. Специфика маркетинговой информации

Тема 2. Ситуационный анализ в системе информационного обеспечения управленческих решений

6. Основные понятия и категории ситуационного анализа
7. Направления ситуационного анализа
8. Технология ситуационного анализа
9. Ситуационный анализ в системе информационного обеспечения управленческих решений

Тема 3. Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации

10. Маркетинговая информация. Специфика и свойства маркетинговой информации.
11. основные подходы к классификации маркетинговой информации.
12. Источники первичной информации.
13. Источники вторичной информации.
14. Синдикативные источники информации

Тема 4. Маркетинговая информационная система

15. Информационные системы в управленческой деятельности
16. Модель маркетинговой информационной системы (МИС)
17. Основные принципы построения МИС
18. Основные блоки МИС
19. Технология формирования МИС

Тема 5. Понятие маркетингового исследования и ситуационного анализа

20. Экономическое содержание понятия "маркетинговые исследования"
21. Экономическое содержание понятия "ситуационный анализ"
22. Технология проведения МИ. Этапы маркетингового исследования
23. Основные этапы ситуационного анализа

Тема 6. Постановка задач маркетингового исследования

24. Идентификация проблемы исследования.
25. Цели маркетингового исследования.
26. Формирование рабочей гипотезы.
27. Определение задач исследования.

Тема 7. Выбор метода исследования и методов сбора информации

28. Классификация методов проведения МИ.
29. Метод сбора информации: полевые и кабинетные исследования.
30. Качественные исследования.
31. Количественные исследования.
32. Полевые методы маркетинговых исследований.
33. Кабинетные методы маркетинговых исследований.
34. Экспертные оценки. Общая характеристика и этапы проведения экспертных опросов.

Тема 8. Планирование выборки

35. Планирование выборки как этап МИ
36. Определение генеральной совокупности для МИ
37. Формирование выборки
38. Определение объема выборки

Тема 9. Разработка форм для сбора данных

39. Разработка форм для сбора данных.

40. Построение шкал измерений. Оценка шкал.
41. Композиция анкеты и ее апробация.
42. Основные виды вопросов. Функциональное назначение вопросов.

Тема 10. Методы анализа данных маркетинговых исследований и ситуационного анализа

43. Основные методы анализа данных МИ.
44. Статистические методы обработки данных МИ.
45. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании.
46. Презентация отчета о проведении маркетинговых исследований.
47. Технология интерпретации результатов маркетингового исследования

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение) 4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)

Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)
Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Коротков А.В.	Маркетинговые исследования	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/71235.html	по логину и паролю
9.1.2	сост. Соколова Н.Г.	Качественные методы маркетинговых исследований	Ассоциация по методологическому обеспечению деловой активности и общественного развития «Митра»	2013	учебно-методическое пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/54500.html	по логину и паролю
9.1.3	Невоструев П.Ю.	Маркетинг и маркетинговые исследования	Евразийский открытый институт	2011	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/10711.html	по логину и паролю
9.1.4	Сафронова Н.Б. Корнева И.Е.	Маркетинговые исследования	Дашков и К	2019	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/85277.html	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Фролов Ю.В. Игрунова О.М.	Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах)	Русайнс	2018	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/78857.html	по логину и паролю

9.2.2	Гиляровская Л.Т. Ендовицкая А.В.	Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www. iprbookshop.ru /74876.html	по логину и паролю
-------	---	--	------------	------	--------------------	---	---	-----------------------------

9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;

педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Год начала подготовки студентов - 2021