



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра информационных технологий в экономике и организации управления

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

С.В. Данилова

(подпись)

« 13 » июня 20 18 г.

Рабочая программа дисциплины

Методология прикладных маркетинговых исследований

Уровень высшего образования:	магистратура
Квалификация выпускника:	магистр
Направление подготовки:	09.04.03 Прикладная информатика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Прикладная информатика в аналитической экономике
Тип образовательной программы:	программа <i>академической магистратуры</i>



1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Методология прикладных маркетинговых исследований» является получение обучающимися навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Изучение дисциплины способствует решению следующих задач профессиональной деятельности:

- формирование у студентов целостной системы знаний маркетинговых исследований; - освоение понятийно-терминологического аппарата, характеризующего маркетинговые исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОП

В учебном плане по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика» дисциплина находится в составе вариативной части и относится к дисциплинам по выбору.

Целью изучения дисциплины является обучение студентов методологии оценки и прогнозирования возможностей рынка для управления им при решении поставленных стратегических и текущих целей.

Студент, приступающий к изучению дисциплины, должен обладать следующими знаниями, умениями, навыками, полученными ранее в ходе базового образования бакалавриата из дисциплин: «Введение в прикладную информатику», «Информационные системы и технологии», «Экономика и организация предприятия», «Основы бизнеса», «Сетевая экономика».

Требования к входным знаниям, умениям, компетенциям:

- умение анализировать и оценивать социально-экономические события и процессы;
- владение культурой мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции (ПК) в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

ПК-10 - способностью проводить маркетинговый анализ ИКТ и вычислительного оборудования для рационального выбора инструментария автоматизации и информатизации прикладных задач

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать освоение указанных компетенций по дескрипторам «знания, умения, владения», соответствующие тематическим модулям дисциплины, и применимые в их последующем обучении и профессиональной деятельности:

Знать:

- нормативные правовые документы в своей деятельности;
- иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- маркетинговую стратегию организаций, мероприятия, направленные на ее реализацию;

Уметь:



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

- участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.

Владеть:

- методами осуществления мероприятий, направленных на реализацию маркетинговой стратегии,
- навыками проведения анализа конкурентной среды отрасли

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часов).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебных планах образовательной программы.

План для дневной формы обучения:

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Вводное тестирование	2		2	Тест
2.	Содержание и направления маркетинговых исследований;	2	1	2	Устные ответы по вопросам семинара. Решение ситуационных задач
3.	Этапы процесса маркетинговых исследований;	2	1	4	Занятие в форме АСК по теме «Консюмеризм»
4.	Методы маркетинговых исследований;	2	1	2	Устные ответы по вопросам семинара. Решение ситуационных задач
5.	Информация в маркетинговых исследованиях;	2	1	4	Деловая игра «Вавилон – рынок»
6.	Определение объема и процедуры выборки;	2	1	2	Комплексная аудиторная контрольная работа
7.	Анализ, оценка и принятие решений в маркетинге;	2		2	Комплексная аудиторная работа
8	Исследование рынков, изучение конкурентов и потребителей;			2	Комплексная аудиторная работа
9	Изучение элементов комплекса маркетинга;	2	1	4	Комплексная аудиторная работа
10	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях	2		2	Устные ответы по вопросам семинара. Решение ситуационных задач
Итого:			6	26	зачет



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

План для очно-заочной формы обучения:

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Вводное тестирование	2		2	Тест
2.	Содержание и направления маркетинговых исследований;	2	1	2	Устные ответы по вопросам семинара. Решение ситуационных задач
3.	Этапы процесса маркетинговых исследований;	2	1	4	Занятие в форме АСК по теме «Консюмеризм»
4.	Методы маркетинговых исследований;	2	1	2	Устные ответы по вопросам семинара. Решение ситуационных задач
5.	Информация в маркетинговых исследованиях;	2	1	4	Деловая игра «Вавилон – рынок»
6.	Определение объема и процедуры выборки;	2	1	2	Комплексная аудиторная контрольная работа
7.	Анализ, оценка и принятие решений в маркетинге;	2		4	Комплексная аудиторная работа
8.	Исследование рынков, изучение конкурентов и потребителей;			4	Комплексная аудиторная работа
9.	Изучение элементов комплекса маркетинга;	2	1	4	Комплексная аудиторная работа
10.	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях	2		2	Устные ответы по вопросам семинара. Решение ситуационных задач
Итого:			6	30	зачет

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

1. Содержание и направления маркетинговых исследований;
2. Этапы процесса маркетинговых исследований;
3. Методы маркетинговых исследований;
4. Информация в маркетинговых исследованиях;
5. Определение объема и процедуры выборки;
6. Анализ, оценка и принятие решений в маркетинге;
7. Исследование рынков, изучение конкурентов и потребителей;
8. Изучение элементов комплекса маркетинга;
9. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях

5. Образовательные технологии

Организация учебного процесса осуществляется в форме лекций и семинарских занятий, индивидуальной самостоятельной работы студентов.

Учебный процесс по дисциплине основан на использовании следующих инновационных образовательных технологий:



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

1. Технология проблемного обучения – основные темы курса на лекционных и практических занятиях раскрываются через постановку и последующее разрешение проблемы в области ключевых положений и законов маркетинга.
 2. Технология учебного диалога в форме дискуссии как на лекции при разборе наиболее проблемных моментов, так и на практических занятиях.
 3. Технология обучения в условиях выбора – выполнение задач на практических занятиях осуществляется через выбор из ряда альтернатив наиболее значимых факторов.
 4. Технология коллективного обучения – коллективы группы и микрогрупп выступают в качестве коллективного эксперта при оценивании ответов на занятия в форме активного самоконтроля (АСК).
 5. Технология тестового контроля качества образования – по завершении теоретического обучения выполняется итоговый тест по дисциплине.
 6. Рейтинговые технологии контроля качества образования - итоговая оценка по дисциплине определяется величиной рейтинга, в котором отражается работа в течение семестра и результат зачета.
 7. Информационно-компьютерные технологии – используются на практических занятиях, а также при самостоятельной внеаудиторной подготовке с использованием комплекта учебных материалов в электронной форме.
- 14 часов аудиторных занятий проводится в интерактивной форме. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 77,8 %.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Методика преподавания учебной дисциплины решает следующие основные задачи:

- определяет задачи обучения студентов по дисциплине;
- научно обосновывает содержание учебной программы, намечает последовательность ее изучения в комплексе с другими дисциплинами;
- определяет пути реализации принципов обучения при изучении дисциплины, формы и методы обучения;
- вырабатывает требования к методической подготовке преподавателей;
- изучает историю методики преподавания дисциплины;
- внедряет передовой опыт обучения;
- вырабатывает рекомендации по воспитанию обучаемых в процессе изучения дисциплины.

В соответствии с этими задачами осуществляется отбор научного материала, его систематизация и переработка в интересах развития и совершенствования содержания учебной дисциплины.

Методика разработана применительно к утвержденной рабочей программе для студентов с учетом требований Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 090303 «Прикладная информатика», и вооружает преподавателей необходимыми знаниями, способствует их внедрению в практику обучения и воспитания студентов.

Выбор методов проведения занятий обусловлен учебными целями, содержанием учебного материала, временем, отводимым на занятия.

На занятиях в тесном сочетании применяется несколько методов, один из которых выступает ведущим. Он определяет построение и вид занятий.

На лекциях излагаются лишь основные, имеющие принципиальное значение и наиболее трудные для понимания и усвоения теоретические и практические вопросы.

Теоретические знания, полученные студентами на лекциях и при самостоятельном изучении курса по литературным источникам, закрепляются при выполнении практических работ.

Целями проведения практических работ являются:



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

- приобретение практических навыков решения задач с применением программного обеспечения;
- контроль самостоятельной работы студентов по освоению курса;
- обучение навыкам профессиональной деятельности.

Цели практических работ достигаются наилучшим образом в том случае, если им предшествует определенная подготовительная внеаудиторная работа. Поэтому преподаватель обязан довести до всех студентов график выполнения практических работ с тем, чтобы они могли заниматься целенаправленной самостоятельной работой.

Работы рекомендуется выполнять в той последовательности, в которой они написаны, потому что в некоторых работах используются элементы, полученные в предыдущей работе.

На занятиях со студентами должны широко использоваться разнообразные средства обучения, способствующие более полному и правильному пониманию темы лекции или практического занятия, а также выработке практических навыков по работе с ППО.

К средствам обучения студентов относятся:

- речь преподавателя;
- технические средства обучения: - персональные компьютеры с установленным прикладным программным обеспечением;
- - учебники, учебные пособия, лекции в электронном виде.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Система контроля включает: входной контроль, текущий контроль и итоговый контроль по дисциплине.

Входной контроль осуществляется в форме теста на знание базовых понятий маркетинга.

Текущий контроль осуществляется в следующих формах: оценка устных выступлений, оценка выполненных ситуационных задач к практическим занятиям, контрольная работа по отдельным темам (см. раздел 4.1.).

Итоговый контроль осуществляется в форме зачета (3 семестр).

Основой контроля по дисциплине является балльно-рейтинговая система оценки овладения студентами установленными компетенциями. Оценка дается по 1000-балльной шкале. Максимальное количество баллов, получаемых за работу в семестре – 500.

Оценка за работу в семестре осуществляется по следующим направлениям:

- 1) Посещаемость – до 100 баллов. При наличии пропусков без уважительных причин происходит уменьшение оценки за посещаемость пропорциональное доле пропусков в общей продолжительности аудиторных занятий.
- 2) Активность на занятиях – до 100 баллов.
- 3) Контрольная работа – до 100 баллов.
- 4) За победу в деловой игре «Вавилон-рынок» - до 100 баллов.
- 5) За победу в АСК – до 100 баллов.

Оценка знаний на зачете (до 500 баллов) дается пропорционально правильному количеству ответов на компьютерный тест.

Суммарный рейтинг, отражающий в себя и результаты работы студента в течение семестра и итоги зачетного компьютерного тестирования, переводится в традиционную пятибалльную оценку. «Отлично» получают студенты, набравшие от 850 до 1000 баллов, «хорошо» – от 700 до 849 баллов, «удовлетворительно» – от 500 до 699 баллов, «неудовлетворительно» – менее 500 баллов.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Афонасова, М.А. Маркетинг / М.А. Афонасова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : ТУСУР, 2015. – 106 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480577>
2. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования / А.В. Коротков. – Москва : Юнити, 2015. – 303 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>
3. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований / Л.М. Наумова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. – 248 с. : табл., граф., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278>
4. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И.К. Беляевский. – Москва : Финансы и статистика, 2014. – 320 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79594> Еремин В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник. М.: КноРус, 2008. 656 с.

Дополнительная литература

1. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>
2. Яковлева, Е.А. Международный маркетинг / Е.А. Яковлева, Т.Л. Безрукова, М.А. Шибаев. – Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2010. – 166 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143328>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows 8.1; Интегрированная среда разработки программ Visual Studio 2015.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: демонстрационные устройства.

Компьютерный класс, оборудованный проектором и персональными компьютерами (6 корпус ИвГУ, ауд. 821), которые объединены ЛВС факультета с выходом в Интернет.



Основная профессиональная образовательная программа
09.04.03 Прикладная информатика
(Прикладная информатика в аналитической экономике)

Авторы рабочей программы дисциплины: профессор кафедры Менеджмента Еремин В.Н. и доцент кафедры ИТЭ и ОП Данилова С.В.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Информационных технологий в экономике и организации производства (ИТЭиОП) « 1 » 09 20 16 г., протокол № 1

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 1 от « 1 » 09 20 17 года
Согласовано:
Руководитель ОП (подпись) Данилова С.В.

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 9 от « 14 » 05 20 18 года
Согласовано:
Руководитель ОП (подпись) Данилова С.В.

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 1 от « 2 » 09 20 19 года
Согласовано:
Руководитель ОП (подпись) Данилова С.В.