

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.10.2024 12:19:47  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69020d48917103c1a979eb

## Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.06 Маркетинговые исследования  
направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

Дисциплина учебного плана подготовки магистров по направлению  
38.04.02 Менеджмент, профиль Менеджмент и маркетинг

**Цели изучения курса:** Сформировать у обучающихся компетенции в сфере разработки стратегий Маркетинговых коммуникационных кампаний и отдельных этапов их тактической реализации с учетом тенденций потребительского поведения, конкурентной среды, поставленных маркетинговых задач и выстраиваемой идентичности бренда

### **Задачи курса:**

- Сформировать у обучающихся навыки самостоятельно и в творческом коллективе выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, стратегий и реализации коммуникационных программ;
- Обучить умениям использовать традиционные и современные технологии профессиональной деятельности;
- Способствовать обучению приемам и методам разработки эффективных коммуникационных решений;
- Обучить программным средствам оптимизации творческого процесса, методам критического анализа рекламных материалов, навыкам работы с рекламными и PR текстами.

**Основные блоки и темы дисциплины:** Понятия и сущность маркетинговых исследований. История развития мировой и российской практики маркетинговых исследований. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Способы реализации маркетинговых исследований. «Партизанский маркетинг» как технология интегрированных маркетинговых коммуникаций. Постановка исследовательской-аналитической функции на предприятии. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований. Исследования внешней среды маркетинга.

**Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» входит в перечень курсов базовой части вариативных дисциплин ООП.**

**В результате изучения дисциплины магистр должен обладать следующими компетенциями (УК-1.1, УК-1.2, ПКУВ – 3.1, ПКУВ – 3.2, ПКУВ – 3.3, ПКУВ – 3.4):**

**знать:** основные маркетинговые методы анализа потребностей общества и интересов аудитории;

**уметь:** творчески применять маркетинговые средства и методы прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты;

**владеть:** навыком системного маркетингового анализа аудитории в коммуникационной отрасли.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершаются зачетом.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.**

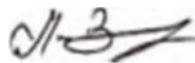
**Вид промежуточной аттестации: зачет**

  
(подпись)

Разработчик:

А.А. Хажгериева

Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению



Л.И. Задорожная