МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социологический

Кафедра социологии

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

*(с полным сроком обучения, с ускоренным сроком обучения)*

по дисциплине «Технологии маркетингового исследования»

наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки (специальности) 39.03.01 Социология

код и наименование направления подготовки (специальности)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды занятий | Распределение по семестрам | | |
| -  семестр | -  семестр | 8  семестр |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Общая трудоемкость |  |  |  |
| Аудиторные занятия, в т. ч.: |  |  |  |
| лекционные (ЛК) |  |  | 6 |
| практические (семинарские) (ПЗ, СЗ) |  |  | 8 |
| лабораторные (ЛР) |  |  | - |
| Самостоятельная работа студентов (СРС) |  |  | 94 |
| Форма текущего контроля в семестре\* |  |  | зачет |
| Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) |  |  | - |

**Краткое содержание курса**

Назначение, содержание, цели и задачи маркетинговых исследований. Планирование и организация маркетингового исследования. Систематизация информации и подготовка отчета о проведенном исследовании.

**Форма текущего контроля**

Составление опорного конспекта, подготовка к обсуждению. Выполнение исследовательских заданий в индивидуальных и групповых формах. Написание эссе. SWOT анализ рынка на выбор (исследовательские технологии). Поиск и анализ интернет источников (Официальных сайтов маркетинговых служб).

**Методические рекомендации по разработке конспекта лекции по социологии**

Методика изучения дисциплины строится на основе сочетания самостоятельной работы обучающихся с проведением практических занятий. Поэтому в содержательной части рабочей программы дан перечень практических заданий, позволяющих студентам приобрести знания и навыки по организации и проведению маркетинговых исследований.

На практических занятиях студенты представляют результаты проектной деятельности (программа социологического исследования), участвуют в деловых играх, работают с литературой.

В соответствии с учебным планом планируется презентация реферативных работ, дискуссионных обсуждений по темам.

Практические занятия имеют своей целью:

− закрепить знания полученные во время самостоятельной работы с учебной литературой;

− расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам связанных с потребительским поведением;

− сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности;

− осуществить контроль за качеством усвоения обучающимися учебной программы.

При подготовке к практическому занятию обучающемуся следует изучить содержание вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем.

Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные учебные пособия и ознакомиться с решением задания практического занятия. Для решения некоторых коммерческих задач следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах.

Подготовка к докладу на актуальные темы требует консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы, составлению плана доклада, написанию его текста. Содержание доклада должно быть не более 5-7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут. При чтении доклада следует применять технические средства, наглядные пособия, приводить примеры. Доклад можно представить в виде презентации PowerPoint.

Результаты самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям и докладу учитываются преподавателем при аттестации студента (зачете).

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий.

Язык обучения (преподавания) – русский.

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Разработчик/группа разработчиков.

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

1. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / Беляевский И.К. - Москва : Финансы и статистика, 2008. - 320с. - ISBN 978-5-279-02220-5: 292-70.

2. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник / Токарев Борис Евгеньевич. - Москва: Экономистъ, 2007. - 624с. - (Homo fater). - ISBN 5-98118-078-1 : 277-00.

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для СПО / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 280 с. – (Серия : Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-01604-8. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/A13AD4F8-B658-44DC-BB55-C89B439B3E04.

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 315 с. – (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-534-05189-6. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/CCE4950F-3DEF-4A0F-B975-1DEAFE53A7A7.

**Дополнительная литература**

1. Хили, Д. Статистика. Социологические и маркетинговые исследования: учеб. пособие / Хили Джозеф. – 6-е изд. - Киев: ДиаСофтЮП; Санкт-Петербург: Питер, 2005. - 638с.: ил. - ISBN 5-469-00813-4: 289-00.

1. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 457 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00354-3. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

1. www.eLibrary.ru – договор № 223/17-11 от 28.02.2017 г.;

2. ЭБС «Консультант студента» - договор № 223/17-12 от 28.02.2017 г.;

3. ЭБС «Лань» - договор № 223/17-28 от 31.03.2017 г.;

4. ЭБС «Юрайт» - договор № 223/17-27 от 31.03.2017 г.