

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

[Handwritten signature]

» 04 2019г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Маркетинговые исследования

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 3 курса,

очная форма обучения

Составитель: Ермишкина О.К.

Цыганова А.В.

[Handwritten signature]

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов необходимого комплекса знаний, умений и навыков в области применения маркетинговых исследований в практической деятельности сервисных предприятий и организаций.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий, принципов, средств и методов маркетинговых исследований;
- осознание студентами важности роли маркетинговых исследований для достижения высокой конкурентоспособности предприятий сферы сервиса;
- развитие навыков применения маркетинговых средств для повышения эффективности бизнеса в сфере оказания сервисных услуг.

2. Место дисциплины в структуре ООП

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Маркетинговые исследования» входит в обязательную часть дисциплин ООП. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Методы научной деятельности», «Информационные технологии», «Маркетинг в сервисе», «Технологии продаж», «Реклама в сервисе», «Сувенирный сервис».

3. Объем дисциплины: 4 зачетных единиц, 144 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 16 часов, практические занятия 32 часов;

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 10, в том числе курсовая работа 10;

самостоятельная работа: 50 часов, контроль 36.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>ОПК – 4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p> | <p>1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>1.5 Рассматривает и предлагает возможные варианты для решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p> <p>4.1 Осуществляет маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов</p> |

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен, 6 семестр, КР 6 семестр.

6. Язык преподавания русский.