

АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное
управление

Общее количество часов 108

Количество зачётных единиц 3

Цель освоения дисциплины «Маркетинговые исследования в экономике и управлении» – формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга; развитие практических навыков, связанных с эффективным использованием маркетинговых инструментов в управленческой деятельности.

Задачи дисциплины:

- представление учащимся современной теории маркетинга и направлений ее практического использования;
- изучение основного инструментария маркетинга и овладение навыками его использования;
- получение навыков в разработке и реализации мероприятий на основе данных о состоянии внешней и внутренней среды компании;
- развитие способностей идентификации проблем управления и поиска путей эффективного их решения с помощью маркетингового инструментария;
- изучение опыта компаний, действующих на принципах маркетинга, и интеграция маркетинговых принципов в свою профессиональную деятельность.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина **Б1.В.ДВ.01.02 «Маркетинговые исследования в экономике и управлении»** относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины по выбору (модули)» учебного плана.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС):

п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать:	Уметь:	Владеть:
	ОК-3	Способностью использовать основы экономических знаний в	базовые экономические понятия, объективные	анализировать финансовую и экономическую информацию,	методами финансового планирования профессиональ

		различных сферах жизнедеятельности	основы функционирования экономики и поведения экономических агентов; знать основные виды финансовых институтов и финансовых инструментов, основы функционирования финансовых рынков; условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста; основы российской налоговой системы	необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для профессиональных проектов; решать типичные задачи, связанные с профессиональным и личным финансовым планированием; искать и собирать финансовую и экономическую информацию.	ной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике
	ПК-27	Способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления	Знать: основы теории управления; основы государственного и муниципального управления; основы информатики; основы управления проектами; основы связи с общественностью; основы этики государственной службы.	Уметь: корректно применять полученные знания; анализировать социально-экономическую ситуацию на местах; систематизировать данные социально-экономического мониторинга.	Владеть: навыками прогнозирования социально-экономической ситуации на местах; навыками организации «обратной связи» с населением конкретного региона или муниципалитета; навыками реализации проектов в области государственного

					го муниципальног о управления.
--	--	--	--	--	--------------------------------------

Курсовые работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 595 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-2878-5. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/D79D0AA2-3D3F-4C2F-8053-D02F9E410EEF

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 280 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-8246-6. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/3014568F-E1A6-4233-BEA1-B6BE3F0FD31F

Дополнительная литература:

1. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 152 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93471>

2. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. / Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 448 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56242>.

3. Перцовский, Н.И. Маркетинг: краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов [Электронный ресурс] : слов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 140 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77280> .

4. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 166 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70545>

5. Синяева, И.М. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 240 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77281>.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань», «Юрайт» и др.

Автор: Новикова Е.Н.