

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации
РПД_3-42.03.01.03_2018_85778
Актуализировано: 15.04.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01
	шифр
	Реклама и связи с общественностью
	наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03
	шифр
	Интегрированные коммуникации
	наименование
Формы обучения	Заочная, Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Гурова Екатерина Сергеевна

ФИО

Фокина Ольга Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	<p>Целями прохождения курса «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование общепрофессиональных компетенций обучающихся, развитие коммуникативных качеств для наиболее эффективного осуществления ими профессиональной деятельности; - закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения; - формирование необходимых умений, навыков и опыта практической работы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля Интегрированные коммуникации. - развитие навыков проектной деятельности.
Задачи дисциплины	<p>Задачами курса с учетом компетенций и вида профессиональной деятельности - проектная деятельность, согласно ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование навыков в способности удовлетворять потребности общества и отдельных целевых аудиторий при проектировании отдельных мероприятий в области рекламы и связи с общественностью; ОПК-4 - формирование навыков применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий при подготовке проектной документации и проведению командной работы в области рекламы и связи с общественностью; ОПК-6 - получение практических навыков работы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности (профиля) Интегрированные коммуникации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ОПК-4

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		
Знает	Умеет	Владеет
основы наук об обществе, позволяющее анализировать потребности общества и аудитории	участвовать в исследованиях аудитории	навыками изучения потребностей аудитории

Компетенция ОПК-6

Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии		
Знает	Умеет	Владеет
основы информационно-коммуникационных технологий	ориентироваться в специфике современных технических средств и	навыками использования в профессиональной деятельности современных

	информационно-коммуникационных технологий	информационно-коммуникационные технологии
--	---	---

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Организация и проведение маркетингового исследования в рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности	ОПК-4, ОПК-6
2	Анализ ситуации и интерпретация результатов маркетингового исследования с помощью технических средств и коммуникационных технологий	ОПК-6
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-4, ОПК-6

Формы промежуточной аттестации

Зачет	4 семестр (Очная форма обучения) 4 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	2	4	144	4	92.5	54	18	36	0	51.5		4	
Заочная форма обучения	2	3, 4	144	4	14.5	14	6	8	0	129.5		4	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Организация и проведение маркетингового исследования в рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности»		100.00
Лекции		
Л1.1	Основные аспекты маркетинговых исследований. Взаимоотношения с исследовательскими агентствами	2.00
Л1.2	Ситуационный анализ деятельности предприятия. Подготовительный этап маркетингового исследования	4.00
Л1.3	Организация и реализация плана маркетингового исследования	6.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Анализ деятельности предприятия. Формирование подготовительного этапа маркетингового исследования	6.00
П1.2	Организация маркетингового исследования	6.00
П1.3	Реализация плана маркетингового исследования	14.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Анализ проведенных маркетинговых исследований нескольких предприятий в области рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности со сравнением их подготовительному этапу, организации МИ и процессом управления в ходе реализации маркетингового исследования	24.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	38.00
Раздел 2 «Анализ ситуации и интерпретация результатов маркетингового исследования с помощью технических средств и коммуникационных технологий»		40.00
Лекции		
Л2.1	Обработка результатов плана маркетингового исследования	4.00
Л2.2	Интерпретация результатов маркетингового исследования внутреннему и внешнему клиенту	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Обработка результатов плана маркетингового исследования	6.00
П2.2	Интерпретация полученных результатов и доведение их до руководства и заказчика	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Анализ результатов маркетинговых исследований нескольких предприятий в области рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности со сравнением их техническому обеспечению, экономическим и	24.00

	социальным результатам деятельности предприятия	
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		144.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Организация и проведение маркетингового исследования в рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности»		80.00
Лекции		
Л1.1	Основные аспекты маркетинговых исследований. Взаимоотношения с исследовательскими агентствами	1.00
Л1.2	Ситуационный анализ деятельности предприятия. Подготовительный этап маркетингового исследования	1.00
Л1.3	Организация и реализация плана маркетингового исследования	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Анализ деятельности предприятия. Формирование подготовительного этапа маркетингового исследования	
П1.2	Организация маркетингового исследования	4.00
П1.3	Реализация плана маркетингового исследования	
Самостоятельная работа		
С1.1	Анализ проведенных маркетинговых исследований нескольких предприятий в области рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности со сравнением их подготовительному этапу, организации МИ и процессом управления в ходе реализации маркетингового исследования	72.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 2 «Анализ ситуации и интерпретация результатов маркетингового исследования с помощью технических средств и коммуникационных технологий»		60.00
Лекции		
Л2.1	Обработка результатов плана маркетингового исследования	1.00
Л2.2	Интерпретация результатов маркетингового исследования внутреннему и внешнему клиенту	1.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Обработка результатов плана маркетингового исследования	2.00
П2.2	Интерпретация полученных результатов и доведение их до руководства и заказчика	2.00

Самостоятельная работа		
C2.1	Анализ результатов маркетинговых исследований нескольких предприятий в области рекламной и PR (связи с общественностью) деятельности со сравнением их технического обеспечению, экономическим и социальным результатам деятельности предприятия	54.00
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Галицкий, Ефим Борисович. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 570 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3640-7 : Б. ц. - URL: <https://urait.ru/bcode/425174> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

2) Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - ISBN 5-238-00810-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Драчук, П. Э. Экономическая теория: ситуационные задачи : учебное пособие / П. Э. Драчук. - Челябинск : ЮУГМУ, 2019. - 98 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/164381> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) Костоглодов, Дмитрий Дмитриевич. Маркетинг: ситуационные задачи и тестовый контроль : учеб. пособие / Д. Д. Костоглодов, В. А. Бондаренко ; М-во образования и науки РФ, Ростов. гос. эконом. ун-т (РИНХ). - Ростов н/Д : [б. и.], 2014. - 118 с. - Библиогр.: с. 114-115. - ISBN 978-5-7972-1972-9 : 100.00 р. - Текст : непосредственный.

5) Склярова, О. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / О.А. Склярова. - Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. - 115 с. : табл., граф., схем. - Библиогр.: с. 94-96. - ISBN 978-5-7972-2409-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Бондаренко, Виктория Андреевна. Маркетинговые решения в управлении конкурентоспособностью предприятий. Маркетинговые аспекты управления конкурентоспособностью розничных торговых предприятий в современных российских реалиях : научное издание / В. А. Бондаренко. - Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 159 с. - Библиогр.: с. 142-154 (166 назв.). - ISBN 978-3-659-85813-0 : 300.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Д. Иган. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с. : табл., граф., схемы. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01321-3 : Б. ц. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1) Маркетинговое исследование по предоставлению образовательной услуги : учебно-методическое пособие. - Изд. 2-е. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 79 с. - ISBN 978-5-4475-9461-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476729/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 70 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/153131> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинговый анализ деятельности предприятия : учебно-методическое пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. А. Березина, Н. Н. Катаева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 81 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 12.03.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Учебно-наглядное пособие

1) Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 48 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Катаева, Наталья Николаевна. Маркетинговый анализ деятельности предприятия : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения / Н. Н. Катаева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 19 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
Проектор Smart V25 к интерактивной доске
Экран LUMA

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=85778