

Компонент ОПОП

38.04.01 Экономика, направленность (профиль)

«Финансовый аналитик»

наименование ОПОП

Б1.В.07

шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля)

Маркетинговые исследования

Разработчик:

Гапоненкова Н.Б.

ФИО

доцент

должность

канд. экон. наук, доцент

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

Экономики и управления

наименование кафедры

протокол № 6 от

19.02.2026

Заведующий кафедрой

Э и У

Щебарова Н. Н.

ФИО

подпись

**Мурманск
2026**

Пояснительная записка

Объем дисциплины 4 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1. Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	ИД-2 _{ПК-1} : - применяет информационные технологии для оценки мероприятий в области финансового планирования и управления	Знать: - маркетинговую стратегию организаций, мероприятия, направленные на ее реализацию. Уметь: - использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований.
ПК-5. Способен формировать финансовый план и критерии мониторинга его выполнения	ИД-1 _{ПК-5} : - понимает порядок и принципы составления финансового плана; методики и инструментарий финансового планирования	Владеть: - методами осуществления мероприятий, направленных на реализацию маркетинговой стратегии.

2. Содержание дисциплины (модуля)

Введение в маркетинговые исследования. Содержание и направления маркетинговых исследований.

Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований.

Процесс маркетинговых исследований.

Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

– мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

– методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

– методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

– перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);

– задания текущего контроля;

– задания промежуточной аттестации;

– задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебник для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-

534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589325>

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582971>

Дополнительная литература:

3. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 465 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-4775-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589904>

4. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584730>

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронный каталог библиотеки МАУ с возможностью ознакомиться с печатным вариантом издания в читальных залах библиотеки — <http://lib.mstu.edu.ru/MegaPro/Web>.

2. Государственная система правовой информации — официальный интернет-портал правовой информации — URL: <http://pravo.gov.ru>

3. Справочно-правовая система. Консультант Плюс — URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) Операционная система Microsoft Windows Vista
- 2) Офисный пакет Microsoft Office 2007
- 3) Офисный пакет Microsoft Office 2010

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 – Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения		
	Очная	Очно-заочная	Заочная

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
1	2
Заочная форма	
1	ПР 1-2 Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований
2	ПР 3 Процесс маркетинговых исследований