

ФГБОУ ВО «АГУ»	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет»
	Положение о рабочей программе дисциплины
	СМК. ОП – 2/РК – 7.3.3

УТВЕРЖДАЮ
 Декан филологического факультета
 _____ **У.М. Панеш**
28 августа 2018г.



Рабочая программа дисциплины

Б1.Б.43 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

(наименование и индекс дисциплины в соответствии с ФГОС
и учебным планом по направлению подготовки)


направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
квалификация (степень) "бакалавр"

Факультет Филологический
Кафедра Учета и финансирования


РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры учёта и финансирования
 протокол № 1 от «28» августа 2018 г.

Заведующий кафедрой: к.э.н., доц. Тхагапсо Р.А. _____
 (ученая степень, ученая должность, Ф.И.О., подпись)



Составитель программы: к.э.н., доц. Даурова Н.З. _____
 (ученая степень, ученая должность, Ф.И.О., подпись)



Содержание

Пояснительная записка

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)
2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы
3. Содержание дисциплины (модуля)
4. Самостоятельная работа обучающихся
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)
6. Методические рекомендации по дисциплине (модулю)
7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Лист регистрации изменений

Пояснительная записка.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация (степень) "бакалавр". Рабочая программа представляет собой совокупность дидактических материалов, направленных на реализацию содержательных, методических и организационных условий подготовки специалистов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификация (степень) "бакалавр". Дисциплина Б1.Б.35 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули). Данная дисциплина является одной из основных дисциплин, призванных сформировать теоретико-методологический инструментарий обучающегося по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина предполагает закрепление и комплексное применение знаний, полученных дисциплин, на основе выполнения практических заданий, что способствует формированию взаимосвязи между теорией и практикой, выработке навыков практической работы, позволяет более эффективно выполнять задания. Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», в свою очередь, даёт знания и умения, которые являются необходимыми для усвоения дисциплин, читаемых в последующих семестрах данного блока по профилю «Консалтинг», «Реклама в бизнесе», «Брендинг», и др.

Трудоемкость дисциплины: 144 / 4 з.е., из них:

- контактная работа: (ОФО – 36,25 ч., ОЗФО – 12,25 ч.);
- занятия лекционного типа: ОФО — 12 ч., ОЗФО -6ч.;
- занятия семинарского типа: ОФО — 24 ч., ОЗФО – 6 ч.;
- иная контактные работа - 0,25
- СР – ОФО – 107,75 ч., ОЗФО – 131,75 ч.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, маркетинговая информация, маркетинговый анализ, планирования маркетинговых исследований, этапы разработки концепции маркетинговых исследований, ситуационный анализ, процесс сегментации рынка, определения ёмкости рынка, проведение экспертизы, анализ рынка

Составитель: доцент кафедры учета и финансирования, кандидат экономических наук Даурова Нафисет Заурбиевна.

1. Цели и задачи дисциплины (модуля).

Цель курса – выработка у студентов экономического мышления, навыков практического использования экономических знаний, системы взглядов и убеждений, определяющих место экономического мировоззрения в профессиональной деятельности; формирование у студентов экономической культуры, общекультурной и профессиональной компетенций.

Основными задачами курса являются: ознакомление студентов с основными понятиями экономической теории, спецификой их использования в микро- и макроэкономическом анализе, освоение экономических законов функционирования экономических систем, достаточное для приобретения общекультурных и профессиональных компетенций.

Выпускник программы бакалавриата должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

компетенции организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);
владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).
Конечные программные требования к овладению экономическими знаниями - показатели компетенций: знания, умения и навыки.

Знания:

По окончании данного курса студенты должны знать:

- фундаментальные понятия экономической теории;
- специфику микро- и макроанализа;
- особенности современного экономического развития России и мира;

Умения:

По окончании данного курса студенты должны приобрести следующие умения:

- анализировать и синтезировать экономическую информацию;
- использовать для этих целей средства современных информационных и коммуникационных технологий;
- использовать экономические формулы;
- рассчитывать микро- и макроэкономические показатели;
- применять на практике экономические знания в процессе решения задач профессиональной деятельности и в повседневной жизни.

Навыки:

По окончании данного курса студенты должны приобрести следующие навыки:

- анализа и синтеза экономической информации;
- микро- и макроанализа при решении практических задач по микро- и макроразделам экономической науки;
- использования экономических знаний в профессиональной деятельности и в повседневной жизни.

2. Объём дисциплины (модуля) по видам учебной работы.

Таблица 1. Объём дисциплины по видам учебной работы

(общая трудоемкость в зачетных единицах: 4).

2. Объём дисциплины по видам учебной работы

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» предназначена для подготовки бакалавров в области «Реклама и связи с общественностью». Данный курс предполагает изучение теории и основных правил маркетингового исследования.

Таблица 1а. Объем дисциплины (очная форма)

Вид учебной нагрузки	Всего часов	Семестр VIII
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работ:	36,25	36,25
- занятия лекционного типа	12	12
- занятия семинарского типа	24	24
- иная контактная работа	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СР)	107,75	107,75
Вид промежуточного контроля		Зачёт

Таблица 1а. Объем дисциплины (очно-заочная форма)

Вид учебной нагрузки	Всего часов	Семестр VIII
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работ:	12,25	12,25
- занятия лекционного типа	6	6
- занятия семинарского типа	6	6
- иная контактная работа	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СР)	131,75	131,75
Вид промежуточного контроля		Зачёт

3. Содержание дисциплины

Таблица 2. Распределение часов по темам и видам учебной работы

3. Содержание дисциплины

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины	Объем в часах					
		Всего	Л	ПЗ			СРС
	Тема 1. Основные термины, типы маркетинговой информации и источники её получения.	12	1	2			10
	Тема 2. Проблемы и цели маркетингового анализа.	12	1	2			8,25
	Тема 3. Конъюнктурный анализ рынка.	12	1	2			10
	Тема 4. Маркетинговая информация.	12	1	2			10
	Тема 5. PR и интегрированные маркетинговые коммуникации						10
	Тема 6. Этапы планирования и разработки концепции маркетинговых исследований и ситуационного анализа.	12	1	2			10
	Тема 7. PR как инструмент	12	1	2			8

	маркетинга.					
	Тема 8. Среда маркетинга компании как объект маркетингового исследования и ситуационного анализа. Основные методы исследований для анализа среды	12	1	2		10
	Тема 9. Процесс сегментации рынка.	12	1	2		7,25
	Тема 10. Основные методы проведения маркетинговых исследований конкурентов.	12	1	2		10
	Тема 11. Кризисные коммуникации. Корпоративные коммуникации.	12	1	2		8
	Тема 12. Система планирования маркетинговых исследований в компании	12	1	2		6,25
Итого		144	12	24		107,75

3. Содержание дисциплины

3.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Таблица 3. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Раздели или темы рабочей программы	Форма отчётности
1	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы Реферат	Тема 1.Основные термины, типы маркетинговой информации и источники её получения.	Опрос, тестирование, решение задач
2	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы Реферат	Тема2.Проблемы и цели маркетингового анализа.	Опрос, тестирование, решение задач
3	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы Реферат	Тема 3. Конъюнктурный анализ рынка.	Опрос, тестирование, решение задач
4	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения	Тема 4. Маркетинговая информация.	Опрос, тестирование,

	лекционного материала и учебной литературы Реферат		решение задач
5	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы	Тема 5. PR и интегрированные маркетинговые коммуникации	Опрос, тестирование, решение задач
6	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы	Тема 6. Этапы планирования и разработки концепции маркетинговых исследований и ситуационного анализа.	Опрос, тестирование, решение задач
7	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы	Тема 7. PR как инструмент маркетинга.	Опрос, тестирование, решение задач
8	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы	Тема 8. Среда маркетинга компании как объект маркетингового исследования и ситуационного анализа. Основные методы исследований для анализа среды	Опрос, тестирование, решение задач
9	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы	Тема 9. Процесс сегментации рынка.	Опрос, тестирование, решение задач
10	Подготовка к семинарским занятиям и тестированию на основе изучения лекционного материала и учебной литературы	Тема 10. Основные методы проведения маркетинговых исследований конкурентов.	Опрос, тестирование, решение задач
	Всего часов:	77,75	

4.2 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

Лекции излагаются в виде презентации с использованием мультимедийной аппаратуры. Данные материалы в электронной форме передаются студентам.

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. При проведении практических занятий студенты отвечают на контрольные вопросы преподавателя и других студентов по наиболее важным теоретическим аспектам текущей темы, готовят и представляют небольшие сообщения по подготовленному реферату.

В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят:

- 1) поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме;
- 2) поиск и анализ научных статей, монографий по рассматриваемой теме;
- 3) подготовка рефератов (при желании с использованием программы PowerPoint).

В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.

1. Электронные ресурсы на основе лицензионных договоров ФГБОУ ВО «АГУ»

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии. В настоящее время включает более 130 тыс. наименований. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС АГУ на платформе аппаратно-программного комплекса ООО КДУ <http://adygnet.bibliotech.ru> Ресурс содержит электронные аналоги трудов преподавателей АГУ. Обеспечивает доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов –преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Лань» www.e.lanbook.com Российский разработчик и поставщик современных образовательных IT-решений, флагманский продукт «Лани» – собственная электронно-библиотечная система (ЭБС), предоставляющая образовательным организациям доступ к электронным версиям книг ведущих издательств учебной, научной, профессиональной литературы и периодики по различным направлениям подготовки. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ФГБУ «Российская государственная библиотека» <http://dvs.rsl.ru> Состав пополняется объемом диссертаций по всем специальностям (кроме медицины и

фармации), что составляет около 30000 диссертаций в год. Доступ к полным текстам диссертаций только в отделе электронных публикаций НБ АГУ. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ООО «Научная электронная библиотека» (НЭБ) www.elibrary.ru Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии и образования, в том числе электронные версии более 3900 российских научно-технических журналов, из которых более 2800 журналов в открытом доступе. НЭБ eLIBRARY содержит платформу Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

Некоммерческое партнерство «Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы» (АРБИКОН) <http://arbicon.ru/services/> это крупнейшая межведомственная межрегиональная библиотечная сеть страны, располагающая совокупным информационным ресурсом, который дает возможность найти более 50 миллионов документов в 57 регионах страны и уточнить, в фондах каких библиотек их можно получить.

Некоммерческое партнерство «Национальный электронно-информационный консорциум» (НЭИКОН) www.neicon.ru объединяет возможности российских библиотек и научных организаций для корпоративного доступа к электронным базам данных научных периодических изданий, предлагаемых российскими и зарубежными издательствами и информационными агентствами.

ООО «Фактор Плюс» (СПС «Консультант Плюс») www.consultant.ru – это современная справочная система, обеспечивающая большое количество возможностей при работе с текстовыми правовыми документами. Программа предназначена для качественного оперативного снабжения правовой информацией юристов, а также других лиц, использующих в своей работе нормативно-правовую документацию.

ООО «Компания АПИ «ГАРАНТ» www.garant.ru Справочно-правовая система «Гарант» – это программное приложение для компьютера, в котором содержится полная, подвергнутая систематизации и постоянно обновляемая законодательная информация.

Международные базы данных научных изданий

Web of Science <https://apps.webofknowledge.com> Наукометрическая реферативная база данных журналов и конференций. Позволяет получить доступ к большому объему исследовательской литературы мирового класса, связанной с тщательно отобранным списком журналов. Режим доступа: IP адреса университета

Scopus <https://www.scopus.com/search/> – это наукометрическая реферативная база данных, входящая в базу данных SciVerse компании Elsevier. SciVerse объединяет в себе материалы из коллекции рецензированной литературы SciVerse Scopus, собрания полнотекстовых статей SciVerse ScienceDirect, доступ к которой определяется условиями подписки. Режим доступа: IP адреса университета.

zbMATH <https://zbmath.org/> Реферативная база данных по чистой и прикладной математике

Elsevier («Эльзевир») <https://www.elsevier.com/> – крупнейший в мире издатель научно-технической литературы и провайдер информационных решений в области науки и образования. Портфолио издательства представлено 2 500 журналами и 20 000 онлайн-книгами (полнотекстовая платформа ScienceDirect), специализированными реферативными базами данных: Scopus, Embase, Engineering, а также инновационной системой анализа, оценки и принятия решений в научно-исследовательской деятельности SciVal. Режим доступа: IP адреса университета.

Science Direct <https://www.sciencedirect.com/> – это собрание полнотекстовых материалов, входящее в базу данных SciVerse компании Elsevier, крупнейшая

мультидисциплинарная коллекция, способствующая инновациям и ускоряющая научную работу с проверенными данными. Режим доступа: IP адреса университета

Издательство **Springer** <https://link.springer.com/> – международная группа, занимающая выпуском научных, технических, медицинских книг и журналов. Springer издает и распространяет более 2,7 тыс. наименований научных и образовательных журналов по разным областям знаний. Режим доступа: IP адреса университета.

Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/> Полнотекстовая коллекция журналов Nature Publishing Group.

Springer Nature Experiments <https://experiments.springernature.com/> Коллекция научных протоколов по различным отраслям знаний.

Springer Materials <https://materials.springer.com/> Коллекция научных материалов в области физических наук и инжиниринга.

Nano <https://nano.nature.com/> База данных в области нанотехнологий, содержащая информацию о наноматериалах

Проект Евклид <https://www.projecteuclid.org/> Платформа для размещения различных научных материалов по теоретической и прикладной математике, а также по статистике. База данных содержит более 100 тыс. статей научных журналов в открытом доступе. Платформа является совместным проектом Библиотеки Корнелльского университета и Издательства университета Дьюка.

2. Интернет-ресурсы открытого доступа (Open Access)

Официальный сайт науки и высшего образования РФ
<https://minobrnauki.gov.ru/>

Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
<http://window.edu.ru/> Ресурс обеспечивает свободный доступ к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов, к электронной библиотеке учебно-методических материалов для общего и профессионального образования и к ресурсам системы федеральных образовательных порталов, объединяет в единое информационное пространство электронные ресурсы свободного доступа для всех уровней образования в России.

Базы данных ИНИОН РАН <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>
Общий объём массивов составляет более 3 млн. 800 тыс. записей (данные на 30 января 2019 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН.

Университетская информационная система Россия uisrussia.msu.ru
Тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук.

Библиотеки России

[Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина, г.Санкт-Петербург](#)

[Российская государственная библиотека \(РГБ\), г. Москва](#)

[Российская национальная библиотека \(РНБ\), г.Санкт-Петербург](#)

[Государственная публичная научно-техническая библиотека России \(ГПНТБ\), г.Москва](#)

[Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской Академии наук \(ГПНТБ СО РАН\), г.Новосибирск](#)

[Библиотека Российской академии наук \(РАН\), г.Москва](#)

[Библиотека по естественным наукам РАН \(БЕН РАН\), г.Москва](#)

[Фундаментальная библиотека ИНИОН РАН, г.Москва](#)

[Центральная научная библиотека Дальневосточного отделения РАН, г.Владивосток](#)
[Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы им. М. И. Рудомино, г.Москва](#)

[Государственная публичная историческая библиотека, г.Москва](#)

[Российская государственная библиотека искусств, г.Москва](#)

[Российская государственная библиотека для молодежи, г.Москва](#)

[Научная библиотека Московского государственного университета \(МГУ\) им.](#)

[М.В.Ломоносова](#)

[Дальневосточная государственная научная библиотека \(ДВГНБ\), г. Хабаровск](#)

Экономика и управление

[AUP.Ru: информационно-методический интернет-ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии](#)

[Economicus.Ru : портал по экономическим дисциплинам](#)

[Энциклопедия маркетинга : статьи, книги](#)

[РосБизнесКонсалтинг \(РБК\)](#)

[Корпоративный менеджмент : аналитические статьи, книги и курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий](#)

[Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал](#)

[Бухгалтерский учет и налоги : портал](#)

[IE: Экономика. Институциональная экономика : отечественные и переводные материалы учебно-методического характера по экономической теории](#)

[Финансы.гу: экономические новости, актуальные публикации по экономике и финансам, методические пособия, лекции, тщательно отобранные рефераты, конспекты, переводы, тексты книг дипломы и диссертации](#)

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

5.Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Таблица 4. Основная литература

Таблица 4. Основная литература.

№ п/п	Библиографическое описание
1.	Гавриленко, Н.И. Маркетинг : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611
2.	Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 352 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714
3.	Маркетинг : учебное пособие / М.Э. Сейфуллаева, С.Т. Симагина, Я.Г. Соскин и др. ; под ред. М.Э. Сейфуллаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 256 с. - (Профессиональный учебник: Маркетинг). - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118264
4.	Щегорцов, В.А. Маркетинг : учебник / В.А. Щегорцов, В.А. Таран ; под ред. В.А. Щегорцов. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 448 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119142
5.	

6.	
7.	Салихов, Б.В. Экономическая теория : учебник / Б.В. Салихов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К, 2018. – 723 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573122 (дата обращения: 20.03.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01762-9. – Текст : электронный.
8.	Белотелова, Н.П. Деньги. Кредит. Банки: учебник / Н.П. Белотелова, Ж.С. Белотелова. – 6-е изд. перераб. – Москва: Дашков и К, 2020. – 380 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: по подписке. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115769 .- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03826-6.- Текст: электронный.
9.	Калинин, М.В. Деньги. Кредит. Банки: учебник / Н.В. Калинин, Л.В. Матраева, В.Н. Денисов. - Москва: Дашков и К, 2018. – 304 с.: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: по подписке. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495779 .- Библиогр.: с. 298-300. - ISBN 978-5-394-02426-9.- Текст: электронный.
10.	Мудрак, А.В. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги : учебное пособие / А.В. Мудрак ; науч. ред. Л.А. Нефедова. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 231 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115102 (дата обращения: 13.03.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1312-9. – Текст : электронный.
11.	Алиев, А.Т. Деньги. Кредит. Банки : учебное пособие / А.Т. Алиев, Е.Г. Ефимова. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 293 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103309 (дата обращения: 13.03.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1242-9. – Текст : электронный.

Таблица 5. Дополнительная литература.

№ п/п	Библиографическое описание
1.	Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению – М.: Юрайт, 2012.
2.	Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. - СПб, Питер, 2011
3.	Маркетинг в России: образование, исследования, консалтинг. Под ред. И.С. Березина, Д.А.Шевченко – М.: Ивент Маркетинг, 2010

Таблица 6. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Название (адрес) ресурса
	Федеральные органы власти
	Официальный сайт Правительства Российской Федерации - www.government.ru
	Министерство финансов Российской Федерации — www.minfin.ru
	Государственная Дума Совета Федерации РФ — www.duma.ru
	Центральный банк Российской Федерации — www.cbr.ru
	Сайты некоторых изданий
	Российская газета — www.rg.ru

	Парламентская газета — www.pnp.ru
	Итоги — www.itogi.ru
	Финансовая газета — www.fingazeta.ru
	Эксперт РА — www.raexpert.ru Профиль — www.profil.orc.ru
	The Financial Times — www.ft.com Ведомости — www.vedomosti.ru
	РосБизнесКонсалтинг — www.rbcnews.com
	Эксперт — www.expert.ru
	Коммерсантъ — www.kommersant.ru
	Информационные агентства
	ИА «CONSALTING.RU» - www.consalting.ru
	Советник бухгалтера — www.sovbuh.ru
	Клуб бухгалтеров ПРОВОДКА — www.provodka.ru
	Финансовые и бухгалтерские консультации — www.fbk.ru
	Правовые базы
	СПС ГАРАНТ - www.garant.ru
	ГАРАНТ — www.garant.park.ru
	Кодекс — www.kodeks.ru
	КонсультантПлюс — www.consultant.ru
	www.tacis-accounting.ru
	www.accountingreform.ru
	www.tacis-auditreform.ru
	www.rusauditreform.ru
	www.auditreform.ru
	www.tacisinfo.ru
	Университетская библиотека online — электронная библиотечная система http://biblioclub.ru/

6. Методические рекомендации по дисциплине « Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Рекомендации студентам по организации изучения дисциплины, для успешного усвоения материала дисциплины необходима систематическая планомерная самостоятельная работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой.

Общие рекомендации. Рекомендуется, для лучшего запоминания и усвоения материала, просматривать конспект лекции в тот же день, на третий и на пятый день после

лекции. Также необходимо работать с рекомендованной в настоящей программе литературой с целью более углублённого изучения вопросов, обозначенных на лекции. Практика показывает, что работа только с каким-либо одним литературным источником (учебником, учебным пособием) является недостаточной для полного изучения дисциплины. Поэтому рекомендуется работать с несколькими источниками, особенно при рассмотрении тем, посвящённым дискуссионным, проблемным вопросам, а также вопросов, не зарегулированных нормами права.

В случае возникновения проблем с пониманием той или иной темы необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями на ближайшем лекционном или практическом занятии с заранее сформулированными вопросами. Для успешного освоения лекционного курса рекомендуется регулярно проверять свои знания, отвечая на контрольные вопросы, сформулированные преподавателем на лекции и в рекомендованных учебниках и учебных пособиях.

Самостоятельная работа.

Основной целью самостоятельной работы студентов является изучение вопросов, не нашедших отражения в лекциях. Изучение таких вопросов следует начинать сразу после окончания рассмотрения на лекциях раздела, к которому они относятся. Изучение ведётся с использованием рекомендованной преподавателем литературы. В то же время, в процессе самостоятельной работы следует пользоваться не только рекомендованными, но и самостоятельно найденными (в том числе в сети Интернет) источниками.

Рекомендации преподавателям по методике проведения основных видов учебных занятий.

Лекции. Методика чтения лекций.

Лекции, как основной метод изучения дисциплин в высшем учебном заведении, должны обеспечивать решение следующих задач:

- изложение студентам наиболее важного материала программы дисциплины, освещающего основные положения курса;
- развитие у студентов теоретического мышления, усвоение студентами понятийного аппарата дисциплины;
- формирование у студентов устойчивой потребности в самостоятельной работе с учебной и научной литературой.

Главная задача каждой лекции заключается в раскрытии сути темы и анализе её основных положений. Рекомендуется на первой же лекции довести до студентов структуру курса и его разделы, а в дальнейшем указывать название каждого раздела, определять его задачи, а по окончании изучения – подводить итог по этому разделу.

Содержание лекций.

Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой. Желательно, чтобы каждая лекция охватывала и исчерпывала определённую тему и представляла собой логически законченное изложение. В случае, когда материал невозможно изложить в рамках одной лекции, на следующей лекции в её начале следует сделать краткий обзор материала предыдущей лекции с целью установления логической связи.

Методические указания по самостоятельному изучению дисциплины.

Аудиторные и внеаудиторные (самостоятельные) формы учебной работы студента имеют своей целью приобретение им целостной системы знаний по денежно-кредитной политике. К его услугам лекционный курс, ориентированный на выяснение кардинальных, стержневых проблем данной учебной дисциплины. Используя лекционный материал, доступный учебник или учебное пособие, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизация своих теоретических знаний. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельную работу. Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создаёт для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с «Федеральным компонентом Государственного образовательного стандарта высшего образования по дисциплине «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и Программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы Программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены. Требуется творческое отношение и к самой Программе учебного курса. Вопросы, составляющие её содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера, а также исторического экскурса в область экономических знаний. Все эти вопросы не составляют сути, понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем. Любая наука, следовательно, и «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука.

Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учёбе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учёба крайне затрудняется, а содержание приобретённых знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или ещё того хуже: здание без фундамента.

Важно помнить и то, что «понятия» в науке имеют узкий и широкий смысл. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально- понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела. Такие определения важно понять, осмыслить и запомнить. Когда вам встретятся новые понятия и категории, не проходите мимо них. Обязательно выясните, что они означают. Если ответа нет в вашем учебнике или учебном пособии, то обратитесь к словарю. Дальнейшая самостоятельная работа, без выяснения смысла новых понятий и категорий будет затруднена или начнёт приобретать черты ненужной формальности. Понятия в широком смысле есть обобщённая концептуальная характеристика определённого явления. Когда в заголовок темы, параграфа вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идёт не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщённой концептуальной характеристике изучаемого явления. В некоторых учебниках, учебных пособиях к характеристике экономических отношений, связей, процессов применяются понятия «закона», «закономерностей». Дается характеристика некоторых, на взгляд автора, экономических законов и закономерностей. Если студент изучает систематический курс по учебнику, где даются те или иные законы, ему ни в коем случае не следует просто «опускать» соответствующие страницы учебника, а необходимо внимательно вникнуть в их содержание. Не возбраняется пользоваться изложенными в учебнике характеристиками законов, вникая при этом в их содержание. Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют её в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие её вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические советы по работе над учебными лекциями по курсу «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Есть студенты, которые полагают, что лекции преподавателей кафедры можно пропускать (ведь имеется учебник) или достаточно их невнимательно прослушать (ведь обращения к учебнику все равно не избежать). И то, и другое мнение есть глубокое заблуждение. Лекция преподавателя не является озвученным учебником, а представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием, которым вряд ли студенту стоит пренебрегать. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Государственного образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов. Сетка часов, отведённая для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создаёт свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами - Государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер. Кафедра рассматривает и утверждает планы авторских лекционных курсов каждого преподавателя. Лекции не следует пропускать ещё и потому, что они служат своеобразными творческими, методическими, предметно-содержательными «мостиками» между лекционным курсом. Совершенно недостаточно только слушать лекции. Важно студенту понять, что лекция есть своеобразная творческая форма самостоятельной работы. Надо пытаться стать активным соучастником лекции: думать, сравнивать известное с вновь получаемыми знаниями, войти в логику изложения материала лектором, по возможности вступать с ним в мысленную полемику, следить за ходом его мыслей, за его аргументацией, находить в ней кажущиеся вам слабости. Во время лекции можно задать лектору вопрос, конечно, в письменной форме, чтобы не мешать ему, не нарушать его логики. Квалифицированный преподаватель в ходе лекции глазами читает полученный письменный вопрос и находит форму реагирования на него. Вопросы можно задать и во время перерыва (письменно или устно), а также после лекции или перед началом очередной, конечно, до звонка, во время

перерыва - начало очередной лекции нельзя прерывать вопросами. Лектор найдёт формы и способы реагирования на вопросы студентов.

К текстуальной записи лекции не надо стремиться. Важно зафиксировать основные идеи, положения, обобщения, выводы. Работа над записью лекции завершается дома. На свежую голову (пока ещё лекция в памяти) надо уточнить то, что записано, обогатить запись тем, что не удалось зафиксировать в ходе лекции, записать в виде вопросов то, что надо прояснить, до конца понять. Важно соотнести материал лекции с темой учебной программы и установить, какие её вопросы нашли освещение в прослушанной лекции. Тогда полезно обращаться и к учебнику. Лекция и учебник не заменяют, а дополняют друг друга.

7.Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для обеспечения реализации учебной программы дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Используются следующие активные методы обучения:

1) обучающие, консультативно-справочные и контролирующие компьютерные программы:

Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Access, Microsoft Outlook, Microsoft Power Point, Internet Explorer; Microsoft Access;

Тестирование (текущее, итоговое, проверка остаточных знаний).

Программные продукты, входящие в операционную систему Windows, установлены в компьютерных классах экономического факультета АГУ, на кафедре Учёта и финансирования и используются студентами при подготовке к практическим занятиям, при написании контрольных, курсовых работ, рефератов. Используются тематические мультимедийные презентации с использованием новейших технологий, текущие и итоговые тесты по курсу в формате компьютерных программ, мультимедийные лекции, печатные и компьютерные учебники и учебные пособия, инструкции и методическая литература, тесты оценки теоретической и методической подготовленности студентов по дисциплине, Интернет-ресурсы.

На кафедре имеется оборудование для интерактивных занятий (стикеры, фломастеры, магниты), системный блок (gown P4SX/ASUS P4S533/Celeron 1700/256MB/40GB/1,44/GeForce 4MX 440SE 64MB/LG 52x); системный блок (HP Compaq dx 2200 M/P4-531/160hqf/512L/4); монитор LG Flatron EZ T 710 BH; монитор SAMSUNG

713 ВМ; клавиатура Genius Cjmfy KB 06 X; клавиатура HP KB-0316; Мышь; принтер Canon Laser Shot LPB-1120; фильтр сетевой; колонки Genius.

Перечень необходимых технических средств обучения, используемых в учебном процессе для освоения дисциплины, и способы их применения:

- компьютерное и мультимедийное оборудование;
- приборы и оборудование учебного назначения;
- пакет прикладных обучающих программ;
- видео- и аудиовизуальные средства обучения;
- электронная библиотека курса;
- ссылки на интернет-ресурсы;
- компьютерные классы и доступ к Интернет-сети;
- проектор, совмещенный с ноутбуком, для презентации материалов.

На факультете имеются компьютерные классы, кабинет с обширной библиотекой, интерактивные доски, стойки, стенды, оборудование для интерактивных занятий.

8. Лист регистрации изменений

[illegible]