

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А.С. Огрин

*31.08.2016*

**АННОТАЦИЯ**

Учебной дисциплины **«Маркетинговая аналитика»**

Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **управления и связей с общественностью**

<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	Учебная дисциплина «Маркетинговая аналитика» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование у студентов целостного представления о маркетинге как стратегии и тактике рыночной деятельности и специфики маркетинговых исследований, методологии, методики и техники их проведения в конкретной рыночной ситуации.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>ПК-9</b> – способность проводить маркетинговые исследования;</p> <p><b>ПК-10</b> – способность организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p><b>ПК-11</b> – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p>
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• особенности и виды маркетинговых исследований;</li> <li>• инструменты для маркетинговых исследований;</li> <li>• типологию социологических исследований;</li> <li>• принципы социологических исследований;</li> <li>• принципы написания аналитического материала.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить опросы общественного мнения;</li> <li>• проводить маркетинговые исследования;</li> <li>• собирать и обрабатывать полученные данные;</li> <li>• упаковывать информацию для создания аналитического материала.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• спецификой сбора, измерения и анализа маркетинговой информации;</li> <li>• способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения;</li> <li>• навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul>
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины</b>	<p>Тема 1. Понятие маркетингового исследования, его задачи и принципы</p> <p>Тема 2. Принципы информационной работы</p> <p>Тема 3. Источники внутренней информации. Внешние источники информации</p> <p>Тема 4. Опросные методы исследований</p>

**Форма  
итогового  
контроля  
знаний**

Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен, который проводится в форме устного опроса.