

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»**

ОПОП по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения Очная

**4 курс 7 семестр**

(на **20\_\_/\_\_** учебный год)

Занятия	Балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<b><u>Базовый модуль</u></b>					
1	0,5	<b>Лекция №1. Введение в маркетинговые исследования.</b>		0,5/0,5	
2		<b>Семинар №1. Введение в маркетинговые исследования.</b>		0,5/0,5	
3		Практическое занятие №1. Установление основных видов потребностей в товарах и услугах сферы сервиса как средств их удовлетворения		0,5/0,5	
5	0,5	<b>Лекция №2. Процесс маркетинговых исследований.</b>		1/1	
6	0,5	<b>Семинар №2.. Процесс маркетинговых исследований.</b>		1,5/1,5	
8		<b>Текущий контроль 1.</b> Маркетинговая среда организации. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	3,5/6,5	2
9	0,5	<b>Лекция №3. Методы маркетинговых исследований.</b>		4/7	
10	0,5	Практическое занятие №2. Разработка должностной инструкции работника службы маркетинга предприятий сферы рекламы		4,5/7,5	

11	0,5	Практическое занятие №4. Разработка и анализ анкет по основным параметрам		5/8	
12		<b>Текущий контроль 2.</b> Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере рекламы. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	6/13	2
13	0,5	<b>Лекция №4. Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований .</b>		6,5/13,5	
14		Практическое занятие №3. Выявление влияния факторов окружающей среды маркетинга на деятельность предприятия сферы рекламы		6,5/13,5	
15		<b>Текущий контроль 3.</b> Система обмена на рынке. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	8,5/18,5	
16	0,5	<b>Лекция №5. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании.</b>		9/19	
18		Семинар №3. <b>Методы маркетинговых исследований .</b>		9/19	
19		<b>Текущий контроль 4.</b> Система конкуренции на рынке. <b>Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.</b>	1/5	10/24	2
20	0,5	<b>Лекция №6. . Ситуационный анализ.</b>		10,5/24,5	
21		Семинар №4 Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований.		10,5/24,5	
22		<b>Текущий контроль 5.</b> Система рыночного партнерства. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	11,5/29,5	
23	0,5	<b>Лекция №7. Изучение потребителей.</b>		12/30	
24		Семинар №5. <b>Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании.</b>	<b>2/10!</b>	14/40	

		<b>РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1</b>			
25		Практическое занятие №5. Разработка торговых знаков и марок предприятий сферы рекламы		14/40	
26		<b>Текущий контроль 6.</b> Анализ функций маркетинга. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	16/45	
27	0,5	<b>Лекция №8. Анализ привлекательности рынка услуг.</b>		16,5/45,5	
28	0,5	Семинар №6 <b>Ситуационный анализ.</b>		17/46	
29	0,5	Практическое занятие №6. Анализ ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта и методов распределения товаров и услуг сферы рекламы		17,5/46,5	
30	0,5	<b>Лекция №9. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности агентства в области связей с общественностью.</b>		18/47	
31	0,5	Семинар №7. <b>Изучение потребителей.</b>		18,5/47,5	
32	0,5	Практическое занятие №7. Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта предприятий сферы рекламы		19/48	
33	0,5	<b>Лекция №10. Применение основных методов в связях с общественностью.</b>		19,5/48,5	
34	0,5	Семинар №8. <b>Анализ привлекательности рынка услуг.</b>		20/49	
35		Практическое занятие №8. Управление маркетинговой деятельностью отечественных организаций сферы сервиса.		20/49	
36		<b>Текущий контроль 7.</b> Функционирование маркетинговой службы организации. <b>Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.</b>	1/5	21/54	
37	0,5	<b>Лекция №11.</b> Международный маркетинг.		21,5/54,5	
38		Семинар №9. Специфика международного маркетинга.		21,5/54,5	

39		Практическое занятие №9. Управление маркетинговой деятельностью отечественных организаций сферы рекламы.		21,5/54,5	
40		<b>Текущий контроль 8.</b> Международные экономические отношения в сфере спортивного маркетинга. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	22,5/59,5	
41	0,5	<b>Лекция №12.</b> Маркетинг на экспортном и международном этапах интернационализации бизнеса		23/60	
<b>2 рубежный контроль (ЦОКО) – тестирование</b>			<b>5/10</b>	28/70	2
<b>Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</b>			<b>22/30</b>	<b>50/100</b>	6
<b>Итоговая сумма баллов за 7 семестр</b>			<b>50/100</b>	<b>100</b>	
* 10 часов отводится на интерактивные занятия					

**Дополнительный модуль (4 курс 7 семестр)**

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Развитие маркетинговых процессов. Маркетинговая среда предприятий сферы сервиса. Потребитель и потребность. Производитель и услуги и товары.	10
2		Отношения между производителем предприятий сферы сервиса и потребителем . Система обмена. Отношения между производителями. Система конкуренции.	10
3		Отношения между производителем и прочими субъектами рынка. Система партнерства. Функции и стратегии маркетинга.	10
4		Политика маркетинга. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций.	10
5		Службы маркетинга. Международный маркетинг.	10
<b>Итого:</b>			<b>50</b>