

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»

ОПОП по направлению 41.03.05 – «Международные отношения»

Форма обучения Очная

4 курс 7 семестр

(на 20__/__ учебный год)

| п/п | 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 |
| <u>Базовый модуль</u> | | | | | |
| 1 | 0,5 | Лекция №1. Введение в маркетинговые исследования. | | 0,5/0,5 | |
| 2 | 0,5 | Лекция №2. Процесс маркетинговых исследований. | | 1/1 | |
| 3 | 0,5 | Семинар №2.. Процесс маркетинговых исследований. | | 1,5/1,5 | |
| 4 | | Текущий контроль 1. Маркетинговая среда организации сферы услуг Письменный опрос. | 2/5 | 3,5/6,5 | 2 |
| 5 | 0,5 | Лекция №3. Методы маркетинговых исследований. | | 4/7 | |
| 6 | 0,5 | Практическое занятие №1. Установление основных видов потребностей в товарах и услугах сферы сервиса как средств их удовлетворения. Разработка должностной инструкции работника службы маркетинга предприятий сферы услуг | | 4,5/7,5 | |
| 7 | 0,5 | Практическое занятие №2. Выявление влияния факторов окружающей среды маркетинга на деятельность предприятия сферы услуг. | | 5/8 | |

| | | | | | |
|----|-----|--|--------------|-----------|---|
| | | Разработка и анализ анкет по основным параметрам. | | | |
| 8 | | Текущий контроль 2. Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере услуг. Устный опрос. Дискуссия. | 1/5 | 6/13 | 2 |
| 9 | 0,5 | Лекция №4. Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований . | | 6,5/13,5 | |
| 10 | | Текущий контроль 3. Система обмена на рынке. Письменный опрос. | 2/5 | 8,5/18,5 | |
| 11 | 0,5 | Лекция №5. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании. | | 9/19 | |
| 12 | | Текущий контроль 4. Система конкуренции на рынке. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему. | 1/5 | 10/24 | 2 |
| 13 | 0,5 | Лекция №6. . Ситуационный анализ. | | 10,5/24,5 | |
| 14 | | Текущий контроль 5. Система рыночного партнерства. Устный опрос. Дискуссия. | 1/5 | 11,5/29,5 | |
| 15 | 0,5 | Лекция №7. Изучение потребителей. | | 12/30 | |
| 16 | 0,5 | Семинар №5. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1 | 2/10! | 14,5/40,5 | |
| 17 | | Текущий контроль 6. Анализ функций маркетинга. Письменный опрос. | 2/5 | 16,5/45,5 | |
| 18 | 0,5 | Лекция №8. Анализ привлекательности рынка услуг. | | 17/46 | |

| | | | | | |
|--|-----|---|---------------|---------------|---|
| 19 | 0,5 | Семинар №6 Ситуационный анализ. | | 17,5/46,5 | |
| 20 | 0,5 | Практическое занятие №3. Разработка торговых знаков и марок предприятий сферы услуг. Определение вида цены и стратегии ценообразования. | | 18/47 | |
| 21 | 0,5 | Лекция №9. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности агентства в области связей с общественностью. | | 18,5/47,5 | |
| 22 | 0,5 | Семинар №7. Изучение потребителей. | | 19/48 | |
| 23 | 0,5 | Практическое занятие №4. Анализ ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта и методов распределения товаров и услуг сферы сервиса. Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта предприятий сферы услуг. | | 19,5/48,5 | |
| 24 | 0,5 | Лекция №10. Применение основных методов в связях с общественностью. | | 20/49 | |
| 25 | 0,5 | Семинар №8.. Анализ привлекательности рынка услуг. | | 20,5/49,5 | |
| 26 | | Текущий контроль 7. Функционирование маркетинговой службы организации. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему. | 1/5 | 21,5/54,5 | |
| 27 | 0,5 | Практическое занятие №5. Управление маркетинговой деятельностью отечественных организаций сферы услуг. | | 22/55 | |
| 28 | | Текущий контроль 8. Международные экономические отношения в сфере маркетинга. Устный опрос. Дискуссия. | 1/5 | 23/60 | |
| 2 рубежный контроль (ЦОКО) – тестирование | | | 5/10 | 28/70 | 2 |
| Промежуточный контроль (ЭКЗАМЕН) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей | | | 22/30 | 50/100 | 6 |
| Итоговая сумма баллов за 7семестр | | | 50/100 | 100 | |

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 |
| Итого: | | | 50 |