

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164263	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Савчук Галина Анатольевна	кандидат социологически х наук, доцент	Заведующий кафедрой	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

1.1. Аннотация содержания модуля

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Модуль «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» развивает навыки и умения, приобретенные в ходе изучения модуля «Основы маркетинга». Дисциплина изучает методологические основы и методы проведения маркетинговых исследований; знакомит студентов с компьютерными программами, используемыми для сбора и анализа информации, обработки статистических данных; изучает принципы и технологии проведения ситуационного анализа.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры	З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций,

		<p>с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p> <p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества</p>
	<p>ПК-1 - Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта</p>	<p>З-5 - Знать основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p> <p>У-4 - Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>У-5 - Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>У-6 - Уметь составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования</p> <p>У-7 - Уметь анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных</p> <p>П-1 - Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p> <p>П-8 - Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>П-9 - Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</p> <p>П-10 - Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p>

		П-11 - Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в **очной и заочной** формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинговые исследования и
ситуационный анализ

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Савчук Галина Анатольевна	кандидат социологических наук, доцент	Заведующий кафедрой	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Савчук Галина Анатольевна, Заведующий кафедрой, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Маркетинговые исследования	<p>Понятие маркетингового исследования. Этапы проведения маркетингового исследования. Проблема надежности и эффективности результатов маркетингового исследования. Модели исследования в рамках качественного и количественного подходов к сбору и анализу маркетинговой информации. Разработка программы маркетингового исследования. Измерение в маркетинговых исследованиях.</p> <p>Основные методы маркетинговых исследований: эксперимент, опрос, наблюдение, анализ документов. Методическая стратегия. Реализация основных маркетинговых методов в русле качественной и количественной стратегий проведения исследования. Метод как коммуникация. Метод как способ измерения.</p> <p>Логика анализа данных маркетингового исследования. Модели анализа данных. Способы оформления и представления маркетинговой информации. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования. Формы отчетов по результатам маркетингового исследования. Презентация данных исследования: принципы, способы подготовки и проведения.</p> <p>Организация сбора маркетинговой информации в организации/на предприятии. Принципы мониторинга маркетинговой информации. Стандартизированная маркетинговая информация. Внедрение маркетинговых</p>

		информационных систем (составление баз данных, системы моделей маркетинговых решений, диалоговые системы).
Р2	Технологии обработки информации в маркетинговых исследованиях	<p>Определение термина «информационные технологии». Роль информационных технологий в принятии управленческих решений. Области применения различных информационных программ в практике рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Организация первичной и вторичной обработки данных исследований в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Типология программ обработки данных маркетинговых и социологических исследований в области рекламы и связей с общественностью: возможности, основные принципы, сферы применения.</p> <p>Количественные исследования и программы статистического анализа данных. Процедуры ввода и кодировки. Исследование данных, формирование вторичных переменных. Основные принципы анализа, расчет и интерпретация основных показателей.</p> <p>Анализ содержания текстов. Смысловой поиск информации. Фоносемантический анализ. Формирование электронных архивов. Основные возможности данного программного обеспечения.</p>
Р3	Ситуационный анализ	<p>Бизнес-анализ и разработка управленческих решений на предприятии на конкурентных рынках. Ситуационный анализ как инструмент бизнес-анализа на предприятии: сущность, место и роль ситуационного анализа в принятии управленческих решений. Основные этапы и процедуры организации и проведения ситуационного анализа.</p> <p>Виды ситуаций, содержательные и организационные аспекты ситуаций. Метод сценариев. Варианты формирования и развертывания ситуаций. Игровые методы, имитационные модели.</p> <p>Использование метода ситуационного анализа в стратегическом планировании. SWOT-анализ и матричные методы диагностики рынка. Системы и ситуационный анализ: возможности и ограничения совместного применения. История развития системных представлений. Основные понятия системного анализа. Определения системы по Гейнсу и Акоффу. Динамика системы и влияние ситуативных факторов.</p> <p>Метод case-study как инструмент исследования ситуаций: основные методологические принципы.</p> <p>Работа с кейсами: создание, анализ, интерпретация и презентация данных. Методические аспекты презентации и оценки.</p> <p>Построение моделей коммуникативного пространства социума. Ситуационный анализ социальных процессов. Ситуационный анализ методов и технологий управления коммуникативными каналами в условиях повышения социальной напряженности и неопределенности.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-1 - Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта	П-8 - Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Электронные ресурсы (издания)

1. Коротков, А. В.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685113> (Электронное издание)
2. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (Электронное издание)
3. Белановский, С. А.; Метод фокус-групп : учебное пособие.; Издательство Магистр, Москва; 1996; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42582> (Электронное издание)
4. Невоструев, П. Ю.; Маркетинг и маркетинговые исследования : учебно-методический комплекс.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91070> (Электронное издание)
5. Красовский, Ю. Д.; Организационное поведение : учебник.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684698> (Электронное издание)
6. Климантова, Г. И.; Методология и методы социологического исследования : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684292> (Электронное издание)
7. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2022; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684410> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Назаров, М. М.; Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований; УРСС, Москва; 2003 (42 экз.)
2. Чумиков, А. Н.; Кейсы и деловые игры по связям с общественностью : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью".; КНОРУС, Москва; 2010 (10 экз.)
3. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Коммуникационный консалтинг : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2011 (10 экз.)
4. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Коммуникационный консалтинг : учеб. пособие для подгот. бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью.; Дашков и К°, Москва; 2011 (5 экз.)
5. Федотова, Л. В.; Социология массовой коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью".; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2004 (9 экз.)
6. Федотова, Л. Н.; Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов.; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (47 экз.)
7. Филатова, О. Г.; Социология массовой коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 040201 Социология.; Гардарики, Москва; 2006 (30 экз.)
8. Гостенина, В. И.; Социология массовой коммуникации : [учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью"].; Альфа-М, Москва; 2009 (11 экз.)
9. Гостенина, В. И.; Социология массовой коммуникации : [учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью"].; Альфа-М, Москва; 2012 (10 экз.)
10. Кривоносов, А. Д.; Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2012 (17 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;
- Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;
- Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>