

## **Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины «Маркетинговая разведка»**

### **1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы в модульной структуре ООП.**

Учебная дисциплина включена в дисциплины вариативной части Блока 1 ООП (Б 1. В10).

### **2. Цель изучения учебной дисциплины.**

Целью изучения дисциплины является ознакомление обучающихся со специфическими особенностями разведочного метода сбора и обработки маркетинговой информации и заложить основы практических навыков получения рыночной информации из различных источников. Дисциплина нацелена на формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные управленческие решения.

### **3. Структура учебной дисциплины.**

Содержание курса включает в себя следующие основные разделы и темы:

Понятие маркетинговой разведки, её цели и задачи. Место и роль маркетинговой разведки в корпоративных информационных системах. Цикл маркетинговой разведки. Уникальность разведочного метода получения маркетинговой информации. Виды информации и их особенности. Классификация источников разведывательной информации. Приемы сбора и анализа разведывательной информации. Интернет как инструмент маркетинговой разведки.

### **4. Основные образовательные технологии.**

Лекции, семинарские и практические занятия; обсуждение докладов; практические домашние работы; консультации преподавателя; анализ конкретных ситуаций.

### **5. Требования к результатам освоения учебной дисциплины.**

Содержание и структура дисциплины «Маркетинговая разведка» должны способствовать формированию компетенций:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

**знать:** специфические особенности разведочного метода сбора и обработки маркетинговой информации; цели и задачи маркетинговой разведки, ее место и значение в системе бизнес-процессов фирмы; основные отличия системы маркетинговой разведки от корпоративных информационных систем; содержание цикла сбора и обработки разведывательной информации; отличительные особенности различных источников маркетинговой информации;

**уметь:** законно и этично использовать современные методы маркетинговой разведки для достижения конкурентных преимуществ в борьбе за лучшее удовлетворение потребностей покупателей в товарах и услугах; организовать качественное и своевременное выполнение всего цикла сбора и обработки разведывательной информации; наладить информационный обмен между маркетинговой разведкой и всеми подразделениями фирмы; проводить сравнительные исследования при помощи метода бенчмаркинга, как основы создания конкурентоспособности предприятия; проводить ситуационный анализ информации о состоянии и перспективах развития маркетинговой среды фирмы и готовить необходимые маркетинговые заключения для принятия стратегических и тактических управленческих решений;

**владеть:** принципами работы с поисковыми машинами в ИНТЕРНЕТЕ; навыками ведения архивной работы с разведывательной информацией; специальными методами и приемами сбора и обработки разведывательной маркетинговой информации и принципами организации работы аналитическо-информационной службы предприятия.

**6.Общая трудоемкость учебной дисциплины:** 3 зачетные единицы (108 часов).

**7.Промежуточная аттестация:** экзамен.