Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСП

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
ФГБОУ ВО «КГТУ»
СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП
Сертификат: 00bdb192a1fc36ed1fb5f01d472f6f18c7
Владелец: Мельникова Виктория Александровна
Действителен: с 15.10.2024 по 08.01.2026

Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГОВАЯ ДИАГНОСТИКА БИЗНЕС-СРЕДЫ

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

ИНСТИТУТ	Отраслевой экономики и управления
ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА	Менеджмента
РАЗРАБОТЧИК	УРОПСП

1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Целью освоения дисциплины «Маркетинговая диагностика бизнес-среды» является изучение инструментария и технологий проведения качественных и количественных маркетинговых исследований.

1.2 Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки.

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными компетенциями

Код и наименование компетенции	Наименование дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга.	Маркетинговая диагностика бизнес-среды	Знать: - основные принципы и инструментарий маркетинговой диагностики бизнес-среды; - методологию маркетинговой диагностики бизнес-среды; - специфику проведения маркетинговых исследований на отдельных рынках. Уметь: - планировать и проводить маркетинговые исследования рынка; - разрабатывать техническое задание на проведение маркетингового исследования. Владеть: - навыками разработки плана маркетинговой диагностики; - методами статистического анализа для осуществления исследований рынков, моделирования и прогнозирования их развития.

2 ТРУДОЁМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕЙ

Дисциплина "Маркетинговая диагностика бизнес-среды" относится к блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (з.е.), т.е. 144 академических часов (108 астр. часа) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплине.

Распределение трудоемкости освоения дисциплины по семестрам, видам учебной работы студента, а также формы контроля приведены ниже.

Таблица 2 - Объем (трудоёмкость освоения) в очной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	**Семестр**	**Форма контроля**	**з.е.**	**Акад. часов**	**Контактная работа**					**СРС**	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Маркетинговая диагностика бизнес-среды	1	ДЗ	4	144	32	-	32	6	0,15	73,85	-
Итого по дисциплине:			**4**	**144**	**32**	**-**	**32**	**6**	**0,15**	**73,85**	**-**

Обозначения: Э – экзамен; З – зачет; ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); КР (КП) – курсовая работа (курсовой проект); контр. – контрольная работа, РГР – расчетно-графическая работа; Лек – лекционные занятия; Лаб. - лабораторные занятия; Пр. – практические занятия; РЭ – контактная работа с преподавателем в ЭИОС; КА – контактная работа, включающая индивидуальные консультации, консультации перед экзаменом, аттестацию, консультации и аттестацию по КР(КП), практику; СРС – самостоятельная работа студентов

Таблица 3 - Объем (трудоёмкость освоения) в заочной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	**Курс**	**Сессия**	**Форма контроля**	**з.е.**	**Акад. часов**	**Контактная работа**				**СРС**	Подготовка и аттестация в период сессии
						Лек	Лаб	Пр	РЭ		
Маркетинговая диагностика бизнес-среды	1	Зимняя	Контр., ДЗ	4	144	4	-	8	6	122	4
Итого по дисциплине:				**4**	**144**	**4**	**-**	**8**	**6**	**122**	**4**

При разработке образовательной технологии организации учебного процесса основной упор сделан на соединение активной и интерактивной форм обучения. Интерактивная форма позволяет студентам проявить самостоятельность в освоении теоретического материала и овладении практическими навыками, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

3 УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Учебно-методическое обеспечение дисциплины приведено в таблицах 4 и 5.

Таблица 4 – Перечень основной и дополнительной литературы

Наименование дисциплины	**Основная литература**	**Дополнительная литература**
Маркетинговая диагностика бизнес-среды	1. Калиновская, Н. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. А. Калиновская, Е. В. Химич, М. А. Щуковская. — Хабаровск: ДВГУПС, 2023. — 124 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/433565 2. Маркетинговые исследования: учебное пособие / О. В. Конина, О. С. Пескова, О. В. Юрова [и др.]. — Волгоград: ВолгГТУ, 2022. — 234 с. — ISBN 978-5-9948-4401-4. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279758	1. Агаларова, Е. Г. Исследование поведения потребителей: учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова. — Ставрополь : СтГАУ, 2020. — 153 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/245852 (дата обращения: 24.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей. 2. Анисимова, В. Ю. Анализ конкурентоспособности бизнеса: учебное пособие / В. Ю. Анисимова. — Самара: Самарский университет, 2023. — 84 с. — ISBN 978-5-7883-2017-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/406652 3. Калимуллина, О. В. Маркетинговые исследования в условиях цифровой трансформации экономики: учебное пособие / О. В. Калимуллина, С. В. Пинковская. — Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2023. — 65 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/426038 4. Леонов, А. К. Анализ социологических данных: методология, методы, техники в SPSS: учебное пособие / А. К. Леонов. — Благовещенск: АмГУ, 2022. — 137 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/345125

Таблица 5 – Перечень периодических изданий, учебно-методических пособий и нормативной литературы

Наименование дисциплины	**Периодические издания**	**Учебно-методические пособия, нормативная литература**
Маркетинговая диагностика бизнес-среды	«Менеджмент в России и за рубежом», «Балтийский экономический журнал», «Финансы», «Деньги и кредит».	-

4 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные технологии

В ходе освоения дисциплины, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ), а также перечень лицензионного программного обеспечения определяется в рабочей программе и подлежит обновлению при необходимости.

Электронные образовательные ресурсы:

Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков - https://stepik.org

Образовательная платформа - https://openedu.ru/

Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС):

- База данных «Экономические исследования» ЦБ России: https://www.cbr.ru/ec_research/

- Министерство экономического развития Российской Федерации: (официальный сайт) [Электронный ресурс]: http://economy.gov.ru.

– HR-портал (сообщество профессионалов): http://www.hr-portal.ru

- База данных "Оценочная деятельность" Минэкономразвития РФ: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/CorpManagment/activity/

- Базы данных Национального совета по оценочной деятельности: http://www.ncva.ru

- База данных агентства по рыночным исследованиям и консалтингу: www.market-agency.ru

5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудиторные занятия проводятся в специализированных аудиториях с мультимедийным оборудованием, в компьютерных классах, а также в других аудиториях университета согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении дисциплины используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения размещен на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

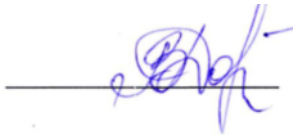
Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложениях к рабочей программе дисциплины и(или) утверждаются отдельно.

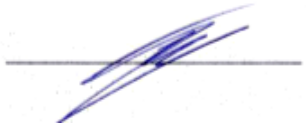
Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговая диагностика бизнес-среды» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль программы «Управление маркетингом».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 9 от 23.04.2025).

Заведующая кафедрой  В.В. Дорофеева

Директор института  А.Г. Мнацаканян