

Аннотация дисциплины «Маркетинговые исследования»  
 Направления подготовки 35.04.05 Садоводство образовательная программа  
 «Адаптивное садоводство», «Современные технологии в овощеводстве»

Цель дисциплины «Маркетинговые исследования» – обучить магистров теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения уровня риска, изучению рынка продукции и услуг, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	Способность использовать инновационные процессы в агропромышленном комплексе при проектировании и реализации экологически безопасных и экономически эффективных технологий производства продукции садоводства и воспроизводства плодородия почв различных агроландшафтов (ПК-3)
2	Способность обосновать задачи исследования, выбрать методы экспериментальной работы, интерпретировать и представить результаты научных экспериментов (ПК-7)
3	Готовность составить практические рекомендации по использованию результатов научных исследований (ПК-9)

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану 35.04.05 Садоводство образовательная программа «Адаптивное садоводство», «Современные технологии в овощеводстве»

Вид занятий	Форма обучения очная
Аудиторные занятия, всего часов, в том числе:	18
Лекции	4
Лабораторные работы	-
Практические (семинарские занятия)	14
Самостоятельная работа, часов	54
Всего часов (стр.1+стр.2)	72
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Перечень изучаемых тем (основных):

Тема 1. Понятие маркетингового исследования, его задачи и принципы

Тема 2. Система маркетинговой информации