

Аннотация дисциплины «Маркетинговые исследования»
Направления подготовки 35.04.04 Агрономия
образовательная программа «Адаптивные системы земледелия»,

Цель дисциплины «Маркетинговые исследования» – обучить магистров теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью изучения рынка продукции и услуг, уровня риска, 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 к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)
2	Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4)
3	Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОК-6)

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану
Направления подготовки 35.04.04 Агрономия
образовательная программа «Адаптивные системы земледелия»

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