

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |   |
|--|---|
| Наименование дисциплины  | <b>ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ<br/>В АВИАЦИОННОМ БИЗНЕСЕ</b>  |
| Направление подготовки   | 25.03.03 Аэронавигация  |
| Направленность программы (профиль)                                     | Организация бизнес-процессов на воздушном транспорте  |
| Квалификация выпускника  | Бакалавр  |
| Форма обучения   | Очная, Заочная  |
| Цели освоения дисциплины   | Формирование у студентов знаний о целях, задачах, методах и процедурах проведения маркетинговых исследований в авиационном бизнесе. Освоение студентами умений и навыков проектирование процесса маркетинговых исследований, включая поиск источников информации, выбор способов и технических средств сбора, а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и подготовки отчета и презентации по завершению исследований. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина                    | Очная форма – в 4 семестре; Заочная форма – на 2 курсе  |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина     | Дисциплина относится к вариативной части Блока 3 «Б3.Профессиональный цикл»   |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОК-44, ПК-42  |
| Трудоемкость дисциплины  | 4 зачетные единицы, 144 академических часа  |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)                         | Тема 1. Содержание и направления маркетинговых исследований<br>Тема 2. Процесс маркетинговых исследований<br>Тема 3. Маркетинговая информационная система<br>Тема 4. Методология сбора информации<br>Тема 5. Методология анализа маркетинговой информации<br>Тема 6. Анализ внешней среды и рынков<br>Тема 7. Анализ внутренней среды предприятия<br>Тема 8. Разработка заключительного отчета о проведенном маркетинговом исследовании |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины           | Зачет с оценкой   |