

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В АВИАЦИОННОМ БИЗНЕСЕ
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	ПК-42
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Содержание и направления маркетинговых исследований Тема 2. Процесс маркетинговых исследований Тема 3. Маркетинговая информационная система Тема 4. Методология сбора информации Тема 5. Методология анализа маркетинговой информации Тема 6. Анализ внешней среды и рынков Тема 7. Анализ внутренней среды предприятия Тема 8. Разработка заключительного отчета о проведенном маркетинговом исследовании
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой