

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ НА ВОЗДУШНОМ ТРАНСПОРТЕ
Направление подготовки	25.04.03 Аэронавигация
Направленность программы (профиль)	Управление бизнес-проектами на воздушном транспорте
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Освоение теоретических знаний, приобретение практических умений и навыков, необходимых для решения профессиональных задач с применением методов и процедур проведения маркетинговых исследований, с использованием методологии оценки и прогнозирования возможностей рынка для принятия обоснованных управленческих решений
Семестр, курс, в (на) котором изучается дисциплина	2, 3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1.2; ПК-2.1
Трудоемкость дисциплины	8 зачетные единицы, 288 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Цели, задачи, основные направления, этапы и виды маркетинговых исследований. Объекты исследований. Тема 2. Маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора, методы сбора, обработки и анализа информации. Тема 3. Разработка плана маркетингового исследования. Тема 4. Формы и методы маркетинговых исследований. Тема 5. Обработка и анализ маркетинговой информации. Тема 6. Маркетинговые исследования организаций, рынков товаров (услуг). Тема 7. Основы прогнозирования на воздушном транспорте. Виды прогнозов. Методы прогнозирования на воздушном транспорте. Тема 8. Оценка действующих методов планирования и прогнозирования перевозок пассажиров на воздушном транспорте в России и за рубежом. Тема 9. Комплексная модель прогнозирования пассажирских и грузовых перевозок на воздушном транспорте.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет, экзамен