

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
Цели освоения дисциплины	Формирование у студентов знаний о целях, задачах, методах и процедурах проведения маркетинговых исследований в авиационном бизнесе. Предполагается сформировать у студентов знания и умения сбора, критического анализа и оценки внешней и внутренней информации, необходимой для организации бизнес-процессов на воздушном транспорте, в том числе с применением информационно-коммуникационных технологий. А также развить навыки анализа, систематизации данных, подготовки отчета и презентаций по результатам исследований.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	5, 6 семестры
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	7 зачетных единиц, 252 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, экзамен (курсовой проект)