

«ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СЕМИНАР (АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА)»

Б1.В.ОД.5

Дисциплина «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Аналитический маркетинг» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)» состоит в формировании целостного понимания современных особенностей маркетинговой деятельности российских и зарубежных компаний.

Основными задачами дисциплины являются:

- приобретение теоретических знаний и практических навыков в анализе актуальных вопросов маркетинга;
- проведение профориентационной работы среди студентов, позволяющей им выбрать направление и тему исследования;
- обучение студентов навыкам академической работы, включая подготовку и проведение исследований, написание научных работ;
- обсуждение проектов и готовых исследовательских работ студентов;
- ознакомление студентов с основными проблемными областями в сфере академических исследований в маркетинге для выбора собственного направления научно-исследовательской работы, а затем, темы магистерской диссертации;
- изучение методологии и методических подходов к исследованиям в области маркетинга, принятых в мировой практике, что предполагает разработку программы, методического инструментария, моделей обработки и анализа эмпирической информации, подготовку научно-аналитических материалов, включая исследовательские отчеты, статьи и т.д.;
- подготовка студентов к сбору информации и написанию магистерской диссертации на высоком уровне, ознакомление с требованиями, предъявляемыми к работам данного уровня;
- выработка у студентов навыков научной дискуссии и презентации исследовательских результатов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)» относится к обязательным дисциплинам вариативной части магистерской программы «Аналитический маркетинг».

Дисциплина «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)» изучается одновременно с дисциплинами «Маркетинг-менеджмент», «Маркетинговые факторы результативности бизнеса», «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг».

Освоение дисциплины «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)» необходимо для изучения следующих дисциплин:

«Методология научных исследований», «Логика и аргументация в научной дискуссии», «Поведение потребителей в современной экономике».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Аналитический маркетинг».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

- **ОК-1** - способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- **ПК-9** - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические и методологические основы маркетинга;
- принципы анализа актуальных проблем маркетинга;
- логику современной маркетинговой деятельности;
- методы управления маркетингом;
- методические подходы к оценке эффективности маркетинговых действий;
- современных методологических подходов, методов сбора и анализа информации, применяемых в маркетинговых исследованиях, принятых в мировой практике.

Уметь:

- выполнять аналитические исследования и практические работы по актуальным вопросам маркетинга;
- самостоятельно проводить исследование: выбирать, обосновывать цели, задачи и методы исследования; интерпретировать данные исследований и другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей современных теорий и концепций.

Владеть:

- методами руководства в сфере маркетинга;
- методами оценки эффективности маркетинговой деятельности;
- методологией исследований в области актуальных проблем маркетинга;
- навыками (приобрести опыт) ведения научной дискуссии, выступления с сообщениями и докладами по тематике проводимых исследований, презентации и публичной защиты результатов выполненных научно-исследовательских проектов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.