

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Новые технологии маркетинговых исследований»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2020

Цель изучения дисциплины:

является обучение современным методам исследования рынка, конкурентов и продуктов, оценки конкурентоспособности товаров, формирование навыков систематизации и анализа данных о состоянии рынка строительной продукции для подготовки и принятия эффективных маркетинговых решений

Задачи изучения дисциплины:

- формирование системного подхода к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений.
- формирование комплексного подхода к анализу и прогнозированию товарных рынков;
- изучение методов оценки параметров рынка и рыночной конъюнктуры;
- изучение традиционных и новых методов выявления и формирования перспективных потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей;
- изучение способов определения влияния конкуренции и выявления реальных конкурентов предприятия, методов оценки степени монополизации рынка;
- изучение методов оценки конкурентоспособности продукции и организации, освоение оригинальной методики.

Перечень формируемых компетенций:

ПК-4 - способен применять методы маркетинговых исследований, анализировать состояние рынка строительных услуг и определять тенденции его развития

ПК-5 - способен организовать работы по контролю, анализу и экспертизе качества строительных материалов и изделий, формулировать предложения по улучшению ассортимента и повышению конкурентоспособности продукции

Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен