

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.10.2023 15:08:12
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca164840368838355099531a405f

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

29.11.2022 г.
протокол № 3
И.о. зав. кафедрой Борзунов И.В.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования
14 декабря 2022 г.
протокол № 4
Председатель Карх Д.А.
(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Экономика здравоохранения
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2023
Разработана:	
Ассистент	
Белобородова О.Г.	

Екатеринбург
2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины "Маркетинговые исследования" является формирование компетенций в деятельности по сбору данных, анализу показателей с использованием различных источников информации для подготовки информационного обзора .

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 6						
	36	4	4	0	32	1
Семестр 7						
Зачет, Контрольная работа	144	20	8	12	120	4
	180	24	12	12	152	5

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
аналитический	
ПК-1 Способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии, рекомендуемые к использованию для ведения учета в медицинских организациях	ИД-1.ПК-1 Знать: современные технические средства и информационные технологии, рекомендуемые для использования в медицинских организациях

ПК-1 Способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии, рекомендуемые к использованию для ведения учета в медицинских организациях	ИД-2.ПК-1 Уметь: использовать современные технические средства и информационные технологии, применяемые в организациях здравоохранения в профессиональной деятельности.
	ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт (трудовые действия) решения аналитических и исследовательских задач современными техническими средствами и информационными технологиями, применяемыми в учреждениях здравоохранения.
ПК-2 Способность, используя различные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их на основе методов, принятых в медицинских учреждениях и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	ИД-1.ПК-2 Знать: основы сбора информации из различных источников. Методы анализа и обработки данных, принятых в медицинских учреждениях.
	ИД-2.ПК-2 Уметь: собрать необходимые данные, проанализировать их.
	ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт (трудовые действия) подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета с использованием различных источников информации и медицинских информационных систем

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов
------	-------

	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 6		36					
Тема 1.	Основы маркетинговых исследований в сфере здравоохранения (ПК 2)	36	4			32	
Семестр 7		140					
Тема 2.	Информационное обеспечение маркетинговых исследований (ПК 2)	19	1		2	16	
Тема 3.	Разработка плана маркетингового исследования (ПК 1)	23	1		2	20	
Тема 4.	Методы сбора маркетинговой информации на российских и зарубежных рынках (ПК 2)	25	2		3	20	
Тема 5.	Этика маркетинговых исследований (ПК 1)	30	2		2	26	
Тема 6.	Отчет о маркетинговых исследованиях (ПК 1)	43	2		3	38	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
тема 1-2	Тест Приложение 4	Тест представлен в трех вариантах, в каждом из которых по 14 вопросов	Каждый верный ответ оценивается 1 баллом
тема 3	Творческое задание Приложение 4	Выполнить практическое задание: составить план маркетингового исследования	Максимальная оценка 26 баллов
тема 4-6	Практическая работа, Эссе (Практическое задание)	Практическое задание (контрольная работа) включает подготовку эссе, выполнение аналитической практической работы	Максимальная оценка 50 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
7 семестр (За)	билет для зачета	в билете один теоретический вопрос и один практический вопрос	зачет/незачет

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Основы маркетинговых исследований в сфере здравоохранения (ПК 2) Маркетинг на рынке медицинских услуг. Организация и проведение маркетинговых исследований в здравоохранении</p>
<p>Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговых исследований (ПК 2) Методы сбора информации из различных источников</p>
<p>Тема 3. Разработка плана маркетингового исследования (ПК 1) Цели и задачи маркетингового исследования, основные этапы проведения.</p>
<p>Тема 4. Методы сбора маркетинговой информации на российских и зарубежных рынках (ПК 2) Методы сбора маркетинговой информации</p>
<p>Тема 5. Этика маркетинговых исследований (ПК 1) Этика маркетинговых исследований</p>
<p>Тема 6. Отчет о маркетинговых исследованиях (ПК 1) Виды отчетности о маркетинговых исследованиях</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговых исследований (ПК 2) Обработка информации в целях маркетингового исследования и формирование отчета</p>
<p>Тема 3. Разработка плана маркетингового исследования (ПК 1) Разработка анкеты маркетингового исследования</p>
<p>Тема 4. Методы сбора маркетинговой информации на российских и зарубежных рынках (ПК 2) Применение на практике навыков сбора информации из различных источников</p>
<p>Тема 5. Этика маркетинговых исследований (ПК 1) Этика маркетинговых исследований</p>
<p>Тема 6. Отчет о маркетинговых исследованиях (ПК 1) Интерпретация результатов и обобщение выводов исследования в отчете</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Основы маркетинговых исследований в сфере здравоохранения (ПК 2) Изучение теоретического материала по теме. Подготовка к выполнению тестовых заданий (Тест 1, Тест 2, Тест 3). Подготовка к устным ответам на вопросы к семинару по теме 1.</p>
<p>Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговых исследований (ПК 2) Виды информации и ее достоверность</p>
<p>Тема 3. Разработка плана маркетингового исследования (ПК 1) Тестирование анкеты для маркетингового исследования</p>
<p>Тема 4. Методы сбора маркетинговой информации на российских и зарубежных рынках (ПК 2) Изучение зарубежных источников информации</p>
<p>Тема 5. Этика маркетинговых исследований (ПК 1) Этика маркетинговых исследований</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
учебным планом не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
размещается контрольная работа.

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Приложение 6

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
учебным планом не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедры обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Божук С. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 304 – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/434563>

2. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [б. и.], [2018?]. - 1 on-line – Режим доступа: <http://meu.usue.ru/lessons/index.html>

3. Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А., Жильцова О. Н. Маркетинговые исследования: теория и практика [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 314 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425984>

4. Анисимова М. А., Бадаев Ф. И., Белобородова О. Г., Филипповская Т. В. Анализ рынка медицинских услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2021. - 115 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/22/p494587.pdf>

5. Анисимова Анализ рынка медицинских услуг. Курс лекций. Тема 1. Рынок медицинских услуг [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207/4.mp4>

6. Анисимова Анализ рынка медицинских услуг. Тесты. Тест 1. Рынок медицинских услуг [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 4 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207d/207.docx>

7. Анисимова Анализ рынка медицинских услуг. Тесты. Тест 2. Изучение потребителей и потребительского поведения [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 4 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207d/208.docx>

8. Анисимова Анализ рынка медицинских услуг. Тесты. Тест 3. Диагностика конкурентной среды и конкурентоспособности организации [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 3 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207d/209.docx>

9. Анисимова Анализ рынка медицинских услуг. Курс лекций. Тема 3. Диагностика конкурентной среды и конкурентоспособности организации [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207a/10.mp4>

10. Анисимова Анализ рынка медицинских услуг. Курс лекций. Тема 2. Изучение потребителей и потребительского поведения [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202207a/9.mp4>

Дополнительная литература:

1. Восколович Н. А. Экономика платных услуг. [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям. - Москва: Юрайт, 2019. - 410 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/437360>

2. Гадаборшев М. И., Рудлицкая Н. В., Левкевич М. М. Организация, оценка эффективности и результативности оказания медицинской помощи. [Электронный ресурс]: Монография. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 424 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/546538>

3. Солосиченко Т. Ж. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 с. – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Срок действия лицензии до 31.12.2023

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.