

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 01.07.2025 12:18:57
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

«_____» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины/модуля: Маркетинговые исследования

направление подготовки/специальность: 08.04.01 Строительство

направленность (профиль) /специализация: Управление
проектами в промышленном и гражданском строительстве

форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22.04.2024 г. и требованиями ОПОП 08.04.01 Строительство Управление проектами в промышленном и гражданском строительстве к результатам освоения дисциплины/модуля

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Управления строительством и ЖКХ

09.04.2025, протокол № 7

Зав. кафедрой _____ Матыс Елена Геннадьевна

Рабочую программу разработал:

доцент кафедры УСиЖКХ, к.э.н. _____ Миннулина Анна Юрьевна

1. Цели и задачи освоения дисциплины/модуля

Формирование знаний у обучающихся об основах планирования и организации различных видов маркетинговых исследований с применением необходимого инструментария исследовательской деятельности

Задачи дисциплины:

- изучение основ информационной системы;
- освоение методов сбора, хранения, обработки и оценки информации;
- изучение законодательных и нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговые исследования;
- приобретение навыков в организации и проведении маркетинговых исследований;
- приобретение навыков в разработке и применении орудий маркетинговых исследований.

2. Место дисциплины/модуля в структуре ОПОП ВО

Дисциплина/модуль относится к дисциплинам/модулям части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины/модуля являются:

- 1) знание видов, источников, носителей информации, орудия исследовательской деятельности;
- 2) умение проводить анализ полученных данных в ходе исследовательской деятельности;
- 3) владение навыками организации исследовательской деятельности.

Содержание дисциплины/модуля является логическим продолжением содержания дисциплин:

Организация проектно-исследовательской деятельности
и служит основой для освоения дисциплин/ модулей:
Преддипломная практика

3. Результаты обучения по дисциплине/модулю

Процесс изучения дисциплины/модуля направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Описание сути проблемной ситуации	Знать: УК-1.1-31 цели, задачи описания проблемы и виды стратегий
		Уметь: УК-1.1-У1 описывать проблему и варианты ее решения с помощью различных методов
УК-1 Способен осуществлять		Владеть: УК-1.1-В1 навыками применения

критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий		методов для описания проблемы и поиска вариантов ее решения
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2 Выявление составляющих проблемной ситуации и связей между ними	Знать: УК-1.2-З1 составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними
		Уметь: УК-1.2-У1 выявить составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними
		Владеть: УК-1.2-В1 навыками оценки составляющих проблемной ситуации на основе существующих методов
	УК-1.3 Сбор и систематизация информации по проблеме	Знать: УК-1.3-З1 алгоритм и правила сбора информации согласно выявленной проблеме
		Уметь: УК-1.3-У1 составлять план сбора информации в рамках маркетинговых исследований и систематизировать полученные данные
		Владеть: УК-1.3-В1 навыками сбора информации в реальных условиях на основе предварительного сформированного плана исследований
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать	УК-1.4 Оценка адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Знать: УК-1.4-З1 виды, источники и критерии достоверности информации о проблемной ситуации

стратегию действий		
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.4 Оценка адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Уметь: УК-1.4-У1 оценивать адекватность и достоверность информации о проблемной ситуации
		Владеть: УК-1.4-В1 навыками оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации
	УК-1.5 Выбор методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации	Знать: УК-1.5-З1 методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований
		Уметь: УК-1.5-У1 применять на практике методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований
		Владеть: УК-1.5-В1 навыками анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований в реальных условиях
	УК-1.6 Разработка и обоснование плана действий по решению проблемной ситуации	Знать: УК-1.6-З1 этапы процесса маркетинговых исследований при решении профессиональных задач, методы предоставления полученных данных для принятия управленческих решений
		Уметь: УК-1.6-У1 разрабатывать и обосновывать план действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований
УК-1 Способен осуществлять	УК-1.6 Разработка и обоснование плана	Владеть: УК-1.6-В1 навыками разработки и

критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	действий по решению проблемной ситуации	обоснования плана действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.7 Выбор способа обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации	Знать: УК-1.7-З1 определение понятий, задачи и содержание способов обоснования решения проблемной ситуации
		Уметь: УК-1.7-У1 обосновывать принятое решение проблемной ситуации в результате маркетинговых исследований
		Владеть: УК-1.7-В1 навыками выбора и обоснования способа решения проблемной ситуации в реальных условиях проведения маркетинговых исследований
ПКС-3 Способность планировать, анализировать, координировать, оценивать эффективность управления проектами в промышленном и гражданском строительстве	ПКС-3.2 Ведение сводной управленческой документации по основным направлениям реализации проектов в промышленном и гражданском строительстве	Знать: ПКС-3.2-З1 методы управления информационными потоками в строительстве, способы хранения информации, полученной в ходе маркетинговых исследований
		Уметь: ПКС-3.2-У1 формировать управленческую документацию по направлениям реализации строительных проектов с учетом информации, полученной в ходе маркетинговых исследований
		Владеть: ПКС-3.2-В1 навыками составления управленческой документации с использованием полученных данных в ходе маркетинговых исследований

гражданском строительстве		исследований
ПКС-3 Способность планировать, анализировать, координировать, оценивать эффективность управления проектами в промышленном и гражданском строительстве	ПКС-3.4 Сбор данных и проведение маркетинговых исследований	Знать: ПКС-3.4-З1 методы маркетинговых исследований, последовательность процедуры маркетинговых исследований
		Уметь: ПКС-3.4-У1 планировать и организовать процедуру маркетинговых исследований с применением всех изученных методов
		Владеть: ПКС-3.4-В1 навыками проведения наблюдений, опросов, экспериментов, формирования банка маркетинговой информации

4. Объем дисциплины/модуля

Общая трудоемкость дисциплины/модуля составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов.

Таблица 4.1

Курс	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	8	10		81	9	Экзамен, КР

5. Структура и содержание дисциплины/модуля

5.1. Структура дисциплины/модуля.

Структура дисциплины/модуля	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Л.	Пр.	Лаб.				
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований							
1.1 Понятие, формы, принципы представления информации	0,5	1		7	8,5	УК-1.1, УК-1.2	Устный опрос
1.2 Этапы сбора информации	1	1		6	8	УК-1.3	Устный опрос
1.3 Информационные источники: критерии выбора, классификация	1	1		8	10	УК-1.4	Устный опрос
Итого по разделу	2,5	3		21	26,5		
2. Информационная система							
2.1 Модель информационной системы	1	1		10	12	УК-1.4	Устный опрос
2.2 Информационная среда. Информационная массив	1	1		10	12	УК-1.7	Устный опрос
Итого по разделу	2	2		20	24		
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований							
3.1 Носители и пользователи информации	1	1		10	12	УК-1.4, УК-1.7	Практическое задание
3.2 Формы собственности на информационные ресурсы	1	1		10	12	ПК-3.2	Практическое задание
Итого по разделу	2	2		20	24		
4. Методы маркетинговых исследований							
4.1 Методы проведения маркетинговых исследований	1	2		10	13	УК-1.6, ПК-3.2, ПК-3.4	Практическое задание
4.2 Методы оценки и шкалирования результатов маркетинговых исследований	0,5	1		7	17,5	УК-1.6, УК-1.5	Практическое задание
Итого по разделу	1,5	3		10	30,5		
курсовая работа				10	10		
Экзамен				9	9		
Итого по дисциплине	8	10		90	108		

5.2. Содержание дисциплины/модуля.

1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований

- 1.1 Понятие, формы, принципы представления информации
Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Понятие, формы, принципы представления информации
- 1.2 Этапы сбора информации
Анализ внешней и внутренней информации. Формирование гипотез. Определение объекта, целей и задач маркетингового исследования. Выбор методов.
- 1.3 Информационные источники: критерии выбора, классификация
Классификация источников информации. Источники стандартизированной маркетинговой информации. Критерии выбора источников информации.
2. Информационная система
 - 2.1 Модель информационной системы
Маркетинговая информационная система: модель и составляющие
 - 2.2 Информационная среда. Информационная массив
Маркетинговая среда и информационная среда. Информационный массив: понятие, особенности.
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований
 - 3.1 Носители и пользователи информации
Носители информации. Пользователи информации
 - 3.2 Формы собственности на информационные ресурсы
Формы собственности на информационные ресурсы
4. Методы маркетинговых исследований
 - 4.1 Методы проведения маркетинговых исследований
Порядок организации маркетинговых исследований. Наблюдение. Эксперимент. Интервью. Опрос. Панель. Фокус группа. Тайный покупатель. Достоинства и недостатки. Особенности применения
 - 4.2 Методы оценки и шкалирования результатов маркетинговых исследований
Виды шкал. Форматы шкал. Методы формирования выборки. Точность измерений и ошибка выборки. Описательные и объяснительные методы анализа данных. Отчет и презентация результатов маркетинговых исследований

5.2.2. Содержание дисциплины/модуля по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекционного занятия
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	0,5	Понятие, формы, принципы представления информации
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	1	Этапы сбора информации
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	1	Информационные источники: критерии выбора, классификация
2. Информационная система	1	Модель информационной системы
2. Информационная система	1	Информационная среда. Информационная массив.
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований	1	Носители и пользователи информации.
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований	1	Формы собственности на информационные ресурсы
4. Методы маркетинговых исследований	1	Методы проведения маркетинговых исследований
4. Методы маркетинговых исследований	0,5	Методы оценки и шкалирования результатов маркетинговых исследований
Итого	8	

Практические занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	1	Понятие, формы, принципы представления информации
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	1	Этапы сбора информации
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	1	Информационные источники: критерии выбора, классификация
2. Информационная система	1	Модель информационной системы
2. Информационная система	1	Информационная среда. Информационная массив.
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований	1	Носители и пользователи информации.
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований	1	Формы собственности на информационные ресурсы
4. Методы маркетинговых исследований	2	Методы проведения маркетинговых исследований
4. Методы маркетинговых исследований	1	Методы оценки и шкалирования результатов маркетинговых исследований
Итого	10	

Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	7	Понятие, формы, принципы представления информации	Изучение теоретического материала по разделу. Подготовка к контрольным вопросам
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	6	Этапы сбора информации	Изучение теоретического материала по разделу. Подготовка к контрольным вопросам
1. Понятийный аппарат маркетинговых исследований	8	Информационные источники: критерии выбора, классификация	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам. Подготовка докладов
2. Информационная система	10	Модель информационной системы	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам. Подготовка докладов

2. Информационная система	10	Информационная среда. Информационная массив.	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам.
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований	10	Носители и пользователи информации.	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам. Подготовка докладов
3. Правовое регулирование процедуры маркетинговых исследований	10	Формы собственности на информационные ресурсы	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам. Подготовка докладов
4. Методы маркетинговых исследований	10	Методы проведения маркетинговых исследований	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам. Подготовка докладов
4. Методы маркетинговых исследований	7	Методы оценки и шкалирования результатов маркетинговых исследований	Изучение теоретического материала. Подготовка к контрольным вопросам. Подготовка докладов
Курсовая работа	10		
Итого	81		

5.2.3. Преподавание дисциплины/модуля ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

1. Традиционные образовательные технологии: мультимедийные лекции в диалоговом режиме, контроль знаний в форме устных и письменных опросов на практических занятиях;

2. Технологии интерактивного обучения: работа в малых группах, решение ситуационных задач на практических занятиях;

3. Информационно-коммуникационные технологии: работа с системой поддержки учебного процесса ТИУ, электронными библиотеками, открытыми специализированными интернет-источниками для самостоятельной работы.

6. Тематика курсовых работ/проектов

Маркетинговое исследование в промышленном и гражданском строительстве (на примере отдельного объекта строительства)

7. Контрольные работы

не предусмотрено

8. Оценка результатов освоения дисциплины/модуля

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся представлена ниже.

Номер курса 1

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Устное собеседование по теме «Понятие, формы, принципы представления информации»	10
2	Выполнение практических заданий темам разделов 1,2,3,4 дисциплины	40
3	Выполнение и защита курсовой работы	50
Итого:		100
ВСЕГО:		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/модуля

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

Microsoft Windows

Доступ к «ЭБС Юрайт»

Доступ к ЭБС издательства «Лань» (www.e.landbook.com)

Доступ к электронно-библиотечной системе IPRbooks (www.iprbookshop.ru)

Доступ к электронным изданиям в составе базы данных «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU» (<http://elibrary.ru>)

Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ (<http://webirbis.tsogu.ru>)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий
-------	---	---

1	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте – 1 шт., проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт. 625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте – 1 шт., проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт. 625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2

11. Методические указания по организации СРС

Целью самостоятельной работы является закрепление знаний по дисциплине «Маркетинговые исследования» и более основательная подготовка обучающихся к контролю знаний и аттестации по учебному курсу.

Проведение самостоятельной работы представляет собой эффективную форму практического усвоения теоретического материала, позволяющую развить логическое мышление, необходимое в современных условиях проектирования в сфере промышленного и гражданского строительства.

Результатом самостоятельной работы является прочное усвоение материалов по дисциплине согласно рабочей программе.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает более расширенное изучение тем лекционного материала, подготовка к контрольным вопросам, темы рефератов, докладов для закрепления теоретического курса и формирования практических навыков.

В ходе самостоятельной работы преподаватель:

1) знакомит студентов:

- с системой форм и методов обучения в вузе, научной организацией труда, методикой самостоятельной работы, критериями оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

- с целями, средствами, трудоемкостью, сроками выполнения, формами контроля самостоятельной работы студентов.

2) формирует:

- умения поиска оптимальных вариантов ответов, расчетов, решений;
- навыки научного исследования;
- развивает навыки работы с учебником, классическими первоисточниками и современной научной литературой;
- проводит групповые и индивидуальные консультации по методике самостоятельной работы;
- осуществляет систематический контроль выполнения студентами графика самостоятельной работы;
- проводит анализ и дает оценку работы.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина/модуль Маркетинговые исследования

Код, направление подготовки/специальность 08.04.01 Строительство

Направленность (профиль) / специализация Управление проектами в промышленном и гражданском строительстве

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
УК-1	Знать: УК-1.1-31 цели, задачи описания проблемы и виды стратегий	не знает цели, задачи описания проблемы и виды стратегий	интуитивно определяет основные цели, задачи описания проблемы и отдельные виды стратегий	знает основные цели, задачи описания проблемы и виды стратегий	знает все цели, задачи описания проблемы и виды стратегий
УК-1	Уметь: УК-1.1-У1 описывать проблему и варианты ее решения с помощью различных методов	проблему описать не может	описывать проблему и варианты ее решения без применения отдельных методов	обобщенно описывать проблему и варианты ее решения с помощью различных методов	детально описывать проблему и варианты ее решения с помощью различных методов
УК-1	Владеть: УК-1.1-В1 навыками применения методов для описания проблемы и поиска вариантов ее решения	не имеет навыков описания проблемы и поиска вариантов ее решения	имеет поверхностные навыки описания проблемы и поиска вариантов ее решения	владеет навыками обобщенного описания проблемы и поиска вариантов ее решения	владеет навыками применения методов для описания проблемы и поиска вариантов ее решения
УК-1	Знать: УК-1.2-31 составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними	не знает составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними	знает отдельные составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними	обобщенно знает составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними и может аргументировать их	хорошо знает составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними и может аргументировать их

УК-1	Уметь: УК-1.2-У1 выявить составляющие проблемной ситуации и взаимосвязь между ними	не может выявить проблемную ситуацию	может интуитивно выявить проблемную ситуацию и описать причины ее возникновения	умеет выявить проблемную ситуацию и связи между причинами возникновения проблемы	умеет детально оценить проблемную ситуацию и связи между причинами возникновения проблемы
УК-1	Владеть: УК-1.2-В1 навыками оценки составляющих проблемной ситуации на основе существующих методов	не владеет навыками применения методов для оценки составляющих проблемной ситуации	поверхностно владеет навыками применения отдельных методов для оценки составляющих проблемной ситуации	владеет навыками применения методов для оценки составляющих проблемной ситуации	владеет навыками применения методов для оценки и анализа составляющих проблемной ситуации и связей между ними
УК-1	Знать: УК-1.3-З1 алгоритм и правила сбора информации согласно выявленной проблеме	не знает алгоритм и правила сбора информации	знает отдельные элементы алгоритма сбора информации	частично знает алгоритм и правила сбора информации согласно выявленной проблеме	знает алгоритм и правила сбора информации согласно выявленной проблеме
УК-1	Уметь: УК-1.3-У1 составлять план сбора информации в рамках маркетинговых исследований и систематизировать полученные данные	не умеет составлять план сбора информации в рамках маркетинговых исследований и обобщать полученные данные	обобщенно составляет план сбора информации в рамках маркетинговых исследований	умеет составлять план сбора информации в рамках маркетинговых исследований и обобщать полученные данные	умеет составлять план сбора информации в рамках маркетинговых исследований и систематизировать полученные данные

УК-1	Владеть: УК-1.3-В1 навыками сбора информации в реальных условиях на основе предварительного сформированного плана исследований	не владеет навыками сбора информации в реальных условиях	владеет не всеми навыками сбора информации в реальных условиях на основе предварительного сформированного плана исследований	достаточно владеет навыками сбора информации в реальных условиях на основе предварительного сформированного плана исследований и анализа полученных данных	качественно владеет навыками сбора информации в реальных условиях на основе предварительного сформированного плана исследований и анализа полученных данных
УК-1	Знать: УК-1.4-З1 виды, источники и критерии достоверности информации о проблемной ситуации	не знать виды, источники и критерии достоверности информации о проблемной ситуации	знать отдельные виды, источники и критерии достоверности информации о проблемной ситуации	допускать незначительные нарушения в знании видов, источников и критериев достоверности информации о проблемной ситуации	знать виды, источники и критерии достоверности информации о проблемной ситуации
УК-1	Уметь: УК-1.4-У1 оценивать адекватность и достоверность информации о проблемной ситуации	не умеет оценивать адекватность и достоверность всех видов информации о проблемной ситуации	обобщенно умеет оценивать достоверность отдельных видов информации о проблемной ситуации	умеет оценивать адекватность и достоверность отдельных видов информации о проблемной ситуации	умеет оценивать адекватность и достоверность всех видов информации о проблемной ситуации
УК-1	Владеть: УК-1.4-В1 навыками оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	не владеет навыками оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	не достаточно владеет навыками оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Владеть отдельными навыками оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Владеть навыками оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации

УК-1	Знать: УК-1.5-31 методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	не знает методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	фрагментарно знает методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	знает отдельные методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	полностью раскрывает содержание всех методов анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований
УК-1	Уметь: УК-1.5-У1 применять на практике методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	не умеет анализировать информацию, полученную при проведении маркетинговых исследований	фрагментарно анализировать информацию, полученную при проведении маркетинговых исследований, на основе изученных методов	умеет анализировать информацию, полученную при проведении маркетинговых исследований, на основе изученных методов	умеет применять на практике методы анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований
УК-1	Владеть: УК-1.5-В1 навыками анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований в реальных условиях	не владеет навыками анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	Владеет навыками анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	Владеет отдельными навыками анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований в реальных условиях	Владеет навыками анализа информации, полученной при проведении маркетинговых исследований в реальных условиях

УК-1	Знать: УК-1.6-31 этапы процесса маркетинговых исследований при решении профессиональных задач, методы предоставления полученных данных для принятия управленческих решений	не знает этапы процесса маркетинговых исследований при решении профессиональных задач, методы предоставления полученных данных для принятия управленческих решений	фрагментарно описывает этапы процесса маркетинговых исследований при решении профессиональных задач, поверхностно описывает методы предоставления полученных данных для принятия управленческих решений	описывает этапы процесса маркетинговых исследований при решении профессиональных задач, отдельные методы предоставления полученных данных для принятия управленческих решений	знает последовательность процесса маркетинговых исследований при решении профессиональных задач, методы предоставления полученных данных для принятия управленческих решений
УК-1	Уметь: УК-1.6-У1 разрабатывать и обосновывать план действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	не умеет разрабатывать план действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	умеет описать отдельные действия по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	умеет составлять план действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	умеет разрабатывать и обосновывать план действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований
УК-1	Владеть: УК-1.6-В1 навыками разработки и обоснования плана действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	не владеет навыками разработки плана действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	Владеет навыками составления плана действий по решению проблемной ситуации	Владеет навыками разработки плана действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований	Владеет навыками разработки и обоснования плана действий по решению проблемной ситуации на основе результатов маркетинговых исследований, проведенных в реальных условиях

УК-1	Знать: УК-1.7-31 определение понятий, задачи и содержание способов обоснования решения проблемной ситуации	Не знает определение понятий, задачи и содержание способов обоснования решения проблемной ситуации	Фрагментарн о знает определение понятий, задачи и содержание способов обоснования решения проблемной ситуации	Знает определение понятий, задачи и содержание способов обоснования решения проблемной ситуации с некоторыми неточностями	Знает определение понятий, задачи и содержание способов обоснования решения проблемной ситуации
УК-1	Уметь: УК-1.7-У1 обосновывать принятое решение проблемной ситуации в результате маркетинговых исследований	не умеет обосновывать принятое решение проблемной ситуации в результате маркетинговых исследований	умеет обосновывать принятое решение проблемной ситуации в результате маркетинговых исследований с некоторыми нарушениями в последовательности	умеет обосновывать принятое решение проблемной ситуации в результате маркетинговых исследований на основе отдельного способа	умеет обосновывать принятое решение проблемной ситуации в результате маркетинговых исследований
УК-1	Владеть: УК-1.7-В1 навыками выбора и обоснования способа решения проблемной ситуации в реальных условиях проведения маркетинговых исследований	не владеет навыками выбора и обоснования способа решения проблемной ситуации в реальных условиях проведения маркетинговых исследований	владеет навыками выбора способа решения проблемной ситуации без опыта в реальных условиях	владеет навыками выбора отдельного способа решения проблемной ситуации в реальных условиях проведения маркетинговых исследований	владеет навыками выбора и обоснования способа решения проблемной ситуации в реальных условиях проведения маркетинговых исследований

ПКС-3	Знать: ПКС-3.2-31 методы управления информационными потоками в строительстве, способы хранения информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	не знает методы управления информационными потоками в строительстве, способы хранения информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	Знает поверхностно отдельные методы управления информационными потоками в строительстве, способы хранения информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	Знает в некоторыми допущениями методы управления информационными потоками в строительстве, способы хранения информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	Знает все изученные методы управления информационными потоками в строительстве, способы хранения информации, полученной в ходе маркетинговых исследований
ПКС-3	Уметь: ПКС-3.2-У1 формировать управленческую документацию по направлениям реализации строительных проектов с учетом информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	не умеет формировать управленческую документацию по направлениям реализации строительных проектов с учетом информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	Уметь применять информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований для формирования управленческой документации по направлениям реализации строительных проектов	уметь формировать управленческую документацию по направлениям реализации строительных проектов с учетом информации, полученной в ходе маркетинговых исследований	уметь полностью формировать управленческую документацию по направлениям реализации строительных проектов с учетом информации, полученной в ходе маркетинговых исследований

ПКС-3	Владеть: ПКС-3.2-В1 навыками составления управленческой документации с использованием полученных данных в ходе маркетинговых исследований	не владеет навыками составления управленческой документации и с использованием полученных данных в ходе маркетинговых исследований	имеет поверхностное представление о применении результатов маркетинговых исследований при составлении управленческой документации	частично владеет навыками составления управленческой документации и с использованием полученных данных в ходе маркетинговых исследований	владеет навыками составления управленческой документации и с использованием полученных данных в ходе маркетинговых исследований
ПКС-3	Знать: ПКС-3.4-З1 методы маркетинговых исследований, последовательность процедуры маркетинговых исследований	не знает методы маркетинговых исследований, последовательность процедуры маркетинговых исследований	фрагментарно описывает методы маркетинговых исследований, последовательность процедуры маркетинговых исследований	знает с некоторыми упущениями методы маркетинговых исследований, последовательность процедуры маркетинговых исследований	знает все методы маркетинговых исследований, последовательность процедуры маркетинговых исследований
ПКС-3	Уметь: ПКС-3.4-У1 планировать и организовать процедуру маркетинговых исследований с применением всех изученных методов	не умеет планировать и организовать процедуру маркетинговых исследований с применением всех изученных методов	может поверхностно планировать или организовать процедуру маркетинговых исследований с применением отдельного метода	частично умеет планировать и организовать процедуру маркетинговых исследований с применением отдельных изученных методов	умеет спланировать и организовать процедуру маркетинговых исследований с применением всех изученных методов

ПКС-3	Владеть: ПКС-3.4-В1 навыками проведения наблюдений, опросов, экспериментов, формирования банка маркетинговой информации	не владеет навыками проведения наблюдений, опросов, экспериментов, формирования банка маркетинговой информации	частично владеет навыками проведения наблюдений, опросов, экспериментов, формирования банка маркетинговой информации	владеет навыками с некоторыми упущениями проведения наблюдений, опросов, экспериментов, формирования банка маркетинговой информации	владеет навыками проведения наблюдений, опросов, экспериментов, формирования банка маркетинговой информации
-------	---	--	--	---	---

КАРТА
обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической
литературой

Дисциплина/модуль Маркетинговые исследования

Код, направление подготовки/специальность 08.04.01 Строительство

Направленность (профиль) / специализация Управление проектами в промышленном и гражданском строительстве

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Коротков А. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 303 – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/141811.html	0	30	100	+
2	Чернышева А. М., Якубова Т. Н. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов : В 2 ч.. - М: Издательство Юрайт, 2023. - 219 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/513274	0	30	100	+
3	Божук С. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 304 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/510093	0	30	100	+
4	Бельская Ю. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2023. - 68 – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/404255	0	30	100	+
5	Калиновская Н. А., Химич Е. В., Щуковская М. А. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Хабаровск: ДВГУПС, 2023. - 124 – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/433565	0	30	100	+

6	Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. Маркетинговые исследования. теория и практика [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - М: Издательство Юрайт, 2022. - 570 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/488325	0	30	100	+
---	---	---	----	-----	---