

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол от «31» мая 2023 г. № 6

Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
41.03.04 - Политология

Направленность образовательной программы
Политические отношения, процессы и институты

Форма обучения
очная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-2: Способность к участию в проведении политических и избирательных кампаний	ПК-2.1: Проводит планирование политических и избирательных кампаний. ПК-2.2: Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность политических и избирательных кампаний.	ПК-2.1: Уметь пользоваться методиками систематизации потоков информации, интерпретации содержательно значимых эмпирических данных Знать особенности использования качественных, количественных и кабинетных методик сбора информации Владеть технологиями маркетинговых и кабинетных исследований рынка и опросов целевых групп для выявления общественных настроений ПК-2.2: Уметь систематизировать смысловые конструкции, делать обобщения, концептуализировать выводы Знать методы и приемы ситуационного анализа, позволяющих систематизировать смысловые конструкции и делать выводы Владеть навыками маркетингового исследования, позволяющего выяснить причины, лежащие в основе изучаемых политических явлений	Задания Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	12
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	12
- КСР	1
самостоятельная работа	47
Промежуточная аттестация	0 зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	очная	очная	очная	очная	очная
Тема 1. Сущность и виды маркетинговых исследований. Составляющие комплекса маркетинга и факторы, оказывающие на них влияния. Классификация маркетинговых исследований по объекту, по цели, по методу сбора данных. Характеристика внутренней и внешней информации. Источники стандартизированной маркетинговой информации. Достоинства и недостатки разных способов сбора информации. Процесс маркетинговых исследований. Основные требования к кабинетным, качественным и количественным методам сбора данных.	16	3	3	6	10

Тема 2. Кабинетные методы сбора данных. Маркетинговые задачи, решающие с помощью кабинетных методов, достоинства и недостатки кабинетных методов. Алгоритм поиска печатных источников вторичной информации. Контент-анализ текстов: разработка программы исследования и категориальных таблиц; способы фиксации наблюдений, обработки, интерпретации и представления полученных результатов.	19	3	3	6	13
Тема 3. Качественные методы сбора данных. Маркетинговые задачи, решающие с помощью качественных методов, их достоинства и недостатки. Задачи, решаемые с помощью глубинных интервью и фокус-групп. Разработка сценариев. Область применения проективных техник в маркетинговых исследованиях. Виды проективных техник: ассоциативные методики, завершающие методики, конструирующие методики, экспрессивные методики, ранжирование. характеристика, техника проведения, область применения достоинства и недостатки опросов: телефонные опрос, личное формализованное интервью, уличный опрос, Hall-тест, Home-тест, почтовый опрос, интернет-опрос. Наблюдение и эксперимент в маркетинговых исследованиях.	18	3	3	6	12
Тема 4. Измерения в маркетинговых исследованиях. Виды шкал измерения переменных: номинальная, порядковая, интервальная и относительная. Форматы шкал: сравнительные шкалы (шкалы парного сравнения; ранжированно-упорядоченные шкалы; шкалы с постоянной суммой), несравнительные шкалы (шкала Лайкерта; семантическая дифференциальная шкала; шкала Степела). Разработка форм для сбора данных. Этапы разработки анкеты. Анализ и интерпретация данных. Структура отчета и его оформление.	18	3	3	6	12
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	12	12	25	47

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Маркетинговые исследования и ситуационный анализ" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=2720>).

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2

Прочитайте информацию из раздаточного материала. На ее основе сформулируйте проблему, цели, задачи и рабочие гипотезы исследования, придумайте название вашего будущего проекта и заполните таблицу:

Название проекта	
Проблема исследования	
Цель исследования	
Задачи	
Гипотеза	

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Какие из нижеперечисленных задач позволяет решить контент-анализ:

А) выявить особенности сложного поведения респондента, связанного с приемом ответственных решений

Б) оценить влияние характерных особенностей сообщений на эффективность их воздействия

В) проанализировать отношение потенциальных избирателей к предвыборной компании кандидата

Г) уточнить данные, полученные в результате исследования отношения респондентов к темам, активно прорабатываемым в СМИ

Д) выявить количество респондентов, обладающих одним или другим заданным свойством

Е) изучить рекламные материалы организаций-конкурентов для определения стратегии позиционирования товара

Ж) проанализировать научную литературу по интересующей теме

2. Вставьте пропущенные слова вместо многоточий, выбрав из приведенного ниже списка подходящие:

- ... является характеристикой, принадлежащей всей совокупности текстов и лаконично выражающей суть проблемы;

- ... здесь формируется проблема, к изучению которой приступает исследователь;

- ... можно сравнить со своеобразным ситом, через которое просеивается реальное содержание исследуемого информационного источника;

- при обработке больших массивов информации, где проведение сплошного обследования не представляется возможным, используется ... материалов

Ключевые слова: А) генеральная совокупность; Б) единица анализа; В) категория анализа; Г) категориальная сетка; Д) кодировочная таблица; Е) репрезентативная выборка; Ж) программа исследования

3. Какой подсчет используется, если в качестве единицы контекста взята отдельная публикация и регистрируются все упоминания исследуемого термина в публикации?

А) сегментарный, тематический подсчет

Б) сплошной, терминологический подсчет

4. Данная коммуникативная модель акцентирует внимание на том, что массмедиа позволяют своим получателям создавать свои собственные информационные пространства, устанавливая коммуникации с другими людьми, другими словами осуществляется:

А) коммуникация для коммуникации;

Б) однонаправленное коммуникативное воздействие

В) двухстороннее коммуникативное воздействие

5. При оценке категории «Легкость восприятия рекламного текста» использовалась 5-разрядная шкала Лайкерта, где 5 — "текст легко воспринимается", 4 — "текст достаточно легко воспринимается", 3 — "текст воспринимается довольно тяжело", 2 — "текст воспринимается тяжело", 1 — "текст не понятен". Какая здесь используется шкала измерения:

А) номинальная

Б) интервальная

В) относительная

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	60 и более % правильных ответов
не зачтено	Менее 60% правильных ответов

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индик)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			

Аттестация (уровень достижения компетенций)							
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»

	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

Оценочное средство - Контрольные вопросы

Зачёт

Критерии оценивания (Контрольные вопросы - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-2 (Способность к участию в проведении политических и избирательных кампаний)

Классификация маркетинговых исследований по объекту, цели и методу сбора данных

Этапы проведения маркетинговых исследований

Исследовательская проблема. Принципы формирования.

Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации

Особенности проведения кабинетных исследований

Технологии проведения контент анализа текстов

Сфера применения качественных методов исследования

Основные принципы организации и проведения глубинных интервью

Основные принципы организации и проведения фокус-групп

Характеристика проективных техник, наиболее часто используемых в маркетинговых исследованиях

Опрос как количественный метод исследования. Виды опросов и сфера применения

Использование наблюдения в маркетинговых исследованиях

Эксперимент как метод изучения причинно-следственных связей.

Номинальная, порядковая, интервальная, относительные шкалы, как инструментов измерения исследуемых переменных.

Характеристика сравнительных шкал в маркетинговых исследованиях

Основные этапы разработки анкет. Требования к их составлению

Объяснительные методы анализа данных

Структура отчета и его оформление

Использование маркетинговых технологий сбора и анализа данных в политических науках

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная

литература:

1. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ / Карасев А. П. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 315 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/489480> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-05189-6 : 989.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=789273&idb=0>.
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : Учебник Для прикладного бакалавриата / под общ. ред. Жильцовой О.Н. - Москва : Юрайт, 2021. - 315 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-3285-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=762292&idb=0>.

Дополнительная

литература:

1. Гришина Вера Тихоновна. Маркетинговые исследования: Практикум : Учебное пособие / Технологический университет имени дважды героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А.Леонова. - 1. - Москва : Вузовский учебник, 2021. - 58 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-9558-0348-7. - ISBN 978-5-16-110487-3. - ISBN 978-5-16-009376-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834064&idb=0>.
2. Воскресенская Н. Г. Контент-анализ в медиакommunikациях : учебно-методическое пособие / Воскресенская Н. Г. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019. - 45 с. - Рекомендовано методической комиссией Института международных отношений и мировой истории для студентов ННГУ, обучающихся по специальностям 41.04.04 «Политология» и 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ННГУ им. Н. И. Лобачевского - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=709636&idb=0>.
3. Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебник+е-Приложение : Учебник / Пястолов С.М. - Москва : КноРус, 2019. - 246 с. - ISBN 978-5-406-06870-0. - Текст : электронный // ЭБС "BOOK.RU"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=561965&idb=0>.
4. Беляевский Игорь Константинович. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз

: Учебное пособие / Евразийский открытый институт. - 2-е изд. - Москва : ООО "КУРС", 2020. - 392 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-905554-08-7. - ISBN 978-5-16-006119-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=630990&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVDRW / Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016
Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 41.03.04 - Политология.

Автор(ы): Воскресенская Наталья Геннадьевна, кандидат психологических наук.

Рецензент(ы): Каминченко Дмитрий Игоревич, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Старкин Сергей Валерьевич, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 31.05.2023, протокол № 6.