

Направление 38.04.02 «Менеджмент»

Аннотация

ДИСЦИПЛИНА «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов профессиональных компетенций, необходимых для проведения эмпирических исследований с помощью количественных и качественных методов сбора и анализа данных, используемых в экономике и управлении.

Задачи изучения дисциплины связаны с подготовкой магистрантов к выполнению следующих профессиональных функций в соответствии с профессиональной направленностью ОПОП:

- способности анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем;
- владения основными методами сбора и обработки экономической информации, необходимой для решения управленческих задач;
- способности анализировать и интерпретировать экономическую информацию и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;
- способности анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;
- способности использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные количественные и качественные методы сбора и анализа данных.

Требования к уровню освоения дисциплины: дисциплина формирует профессиональные компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);
- способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);
- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

Обучающиеся, завершившие изучение данной дисциплины, должны:

- **знать:** основные количественные и качественные методы сбора и анализа первичной и вторичной маркетинговой информации, необходимой для принятия маркетинговых решений; особенности бенчмаркинга, многомерных методов анализа маркетинговой информации, методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях;
- **уметь:** выявлять, анализировать и интерпретировать источники маркетинговой информации; использовать маркетинговый инструментарий для анализа внешней и внутренней среды организации и оценивать их влияние на организацию, готовить аналитические материалы для принятия маркетинговых решений;
- **владеть:** методиками сбора маркетинговой информации, методологией анализа элементов комплекса маркетинга, сегментации рынка, маркетинговым инструментарием для принятия стратегических и тактических решений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа или 4 зачетные единицы.
Форма промежуточного контроля – экзамен.

Основные разделы дисциплины:

- Основные принципы и подходы к принятию управленческих решений
- Сущность, виды и источники бизнес- информации для принятия УР
- Методы сбора первичной информации, базирующиеся на теории статистического наблюдения.
- Общая характеристика количественных и качественных методов в принятии решений и их классификация
- Методы обработки и анализа первичной бизнес- информации

Составитель: д.э.н., профессор Бушуева Л.И.