Пояснительная записка.

Программа курса по выбору «Маркетинговые исследования» для учащихся 10-11-х классов рассчитана на 68 часов, ориентирована на привлечение внимания к изучению вопросов маркетинга.

В процессе работы по изучению данного курса школьники ознакомятся не только с основами знаний о маркетинге, но получат практические умения и навыки, необходимые каждому человеку в современном обществе.

Кроме того, этим знаниям, умениям способствуют предлагаемые методы обучения. Основу занятий курса составляют интерактивные методы, среди которых можно выделить:

- деловые игры;
- постановка проблемных вопросов и разрешение ситуаций;
- защита творческих работ учащихся.

Эффективность и результативность занятий зависит от правильного выбора методов обучения и их оптимального сочетания. Курс предполагает различные методы диагностики, обучения, контроля: тестирование, анкетирование, деловые игры, работа в группах, выполнение и защита творческих работ.

Цели курса:

1. Изучить полный цикл маркетинговых исследований: от определения целей и масштабов исследования до практики проведения, подготовки и анализа полученных маркетинговых данных.

2. Дать учащимся системное представление о целях, задачах, структуре, видах и методах маркетинговых исследований.

3. Развить способности, необходимые для работы в команде.

Задачи курса.

1. Научить планировать, организовывать, контролировать процесс исследований.

2. Формулировать проблему, цели и задачи предполагаемого исследования.

3. Искать, отбирать и систематизировать имеющуюся по проблеме информацию

4. Применять основные инструменты, использующиеся при проведении маркетинговых исследований.

5. Анализировать полученные в процессе исследования результаты.

Требования к итоговому уровню образованности учеников:

1. Знать, что такое план исследования и уметь его составлять.

2. Уметь составлять анкету (опросный лист) пользоваться ею.

3. Владеть навыками первичного анализа анкетного опроса.

4. Владеть навыками проведения интервью.

5. Уметь формулировать гипотезу при планировании исследований.

6. Уметь графически интерпретировать различные эмпирические зависимости

7. Навыки и владения ПК.

Методы обучения и формы проведения занятий.

Методы: исследовательский (разработать и провести исследование с помощью учителя)

Частично — поисковый, проблемный Формы занятий соответствуют заявленному содержанию, это групповые и индивидуальные, тренировочные задания — для самостоятельной отработки полученных навыков. Инновационные методы работы: интерактивные лекции, проведения исследования.

Развитие ключевых компетенций:

Ведущим основанием исследования является информационный подход (информационный метод познания). Развитие информационной компетенции как интегрированного качества личности. Коммуникативная компетенция: понимание и действие в ситуациях неопределенности выбора способов действий. Организационная компетенция — освоение способов работы в группах, организация мониторинга, оценка эффективности собственных действий. Обучение основам исследовательской работы, проектированию, способам рефлексии и оценки. Формирование компетентности в сфере самостоятельной познавательной деятельности при роботе с большим объемом информации.