

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ В.Н.Шимов

“_19_” ____04____ 2019г.

Регистрационный № УД 3714-19/уч.

ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-26 02 05 «Логистика»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Ковалева О.Л., доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Молокович А.Д., зав. кафедрой логистики Института бизнеса Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент;
Анохина Н.Н., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Факультета маркетинга и логистики учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет", кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 28.03.2019);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 17.04.2019).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В современных условиях специалисты в области управления логистическими процессами зачастую выступают в роли аналитиков, т.е. специалистов по исследованиям. Постоянный анализ рынка и рыночных процессов становится неотъемлемой частью логистической деятельности и её информационно-аналитическим обеспечением. Исследования создают научно и практически обоснованную базу для принятия квалифицированных решений специалистов в области логистики ведь избежать управленческих ошибок можно лишь при наличии актуальной и высококачественной информации, что требует проведения рыночных исследований. Главная задача исследований состоит в оценке информационной потребности и обеспечении руководства организации точной, надежной, обоснованной и актуальной информацией. В связи с этим исследования выступают неотъемлемой частью информационной системы организации и системы поддержки принятия управленческих решений.

Цель учебной дисциплины - создание научной и практически обоснованной базы для принятия оптимальных решений по управлению спросом и материальными потоками в логистике.

Задачи учебной дисциплины: получение знаний о методах проведения исследований в логистике, реализация количественных и качественных методов сбора информации, представление результатов исследования в виде отчетов и презентаций.

Актуальность исследований доказывается потенциальными возможностями повышения эффективности функционирования отечественных предприятий. Это обусловлено тем, что исследования позволяют предвидеть развитие рыночной ситуации и разработать соответствующие меры воздействия на рынок с целью обеспечения эффективности предпринимательской деятельности предприятия и реализации его стратегических направлений.

Содержание учебной дисциплины «Исследования в логистике» обеспечивает взаимосвязь с такими учебными дисциплинами, как «Логистика и управление цепями поставок», «Экономика организации (предприятия)», «Маркетинг».

В ходе изучения учебной дисциплины студенты должны **знать**:

- теоретические положения и цели исследования рынка и рыночных процессов;
- характеристику методов проведения исследований;
- основные этапы сбора и обработки информации;
- характеристику и особенности количественных и качественных методов сбора информации;
- статистические методы анализа информации;
- порядок подготовки и презентации отчета о проведенном исследовании;

уметь:

- самостоятельно выбирать необходимый тип исследования и разрабатывать его план;

- составлять анкеты и формы для записи результатов наблюдения;
- обосновывать тип выборки и рассчитывать ее объем различными способами;
- применять различные методы анализа информации, интерпретировать полученные результаты в ходе их реализации;
- осуществлять подготовку отчета о результатах проведенного исследования.

После изучения курса «Исследования в логистике» выпускник должен иметь следующие навыки:

- идентифицировать проблему исследования и формулировать рабочие гипотезы;
- разрабатывать план исследования;
- обосновывать соответствующими расчетами размер выборки;
- собирать, кодировать и обрабатывать статистическую информацию;
- анализировать статистическую информацию и интерпретировать полученные результаты;
- представлять результаты исследования в виде отчета с указанием рекомендаций по решению проблемы исследования.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста. Специалист должен быть способен:

ПК-1. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.

ПК-2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК-4. Анализировать и оценивать собранные данные, применять методы статистического анализа информации, теоретического и экспериментального исследования в сфере маркетинга.

ПК-5. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками.

ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами. Самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности.

ПК-8. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

ПК-9. Разрабатывать разделы бизнес-, маркетинг-планов, планов развития организации.

ПК-10. Разрабатывать технико-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий организации.

ПК-11. Определять экономическую и социальную эффективность маркетинговых мероприятий.

ПК-12. Разрабатывать план маркетинговых исследований, анализировать их результаты и использовать при разработке и осуществлении комплекса

маркетинга организации.

ПК-13. Прогнозировать технико-экономические показатели деятельности организации.

ПК-14. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать ее экономический потенциал, сильные и слабые стороны.

ПК-15. Осуществлять информационное обеспечение маркетинга.

ПК-16. Изучать поведение покупателей и потребителей.

ПК-17. Осуществлять анализ маркетинговой деятельности организации.

ПК-20. Разрабатывать предложения по формированию производственной программы.

ПК-21. Осуществлять поиск и разработку идей по созданию новых и совершенствованию существующих товаров.

ПК-26. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

ПК-27. Определять цели инноваций и способы их достижения.

ПК-28. Работать с научной, технической и патентной литературой.

Выпускник должен иметь социально-личностные компетенции:

- уметь работать в команде и осознавать общегражданские цели своей профессиональной деятельности;

- знать идеологические, моральные нравственные ценности государства и уметь следовать им и др.

В числе эффективных педагогических *методик и технологий* преподавания учебной дисциплины, способствующих вовлечению студентов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения разнообразных задач, следует выделить:

технологии учебно-исследовательской деятельности;

коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, «мозговой штурм», учебные дебаты и другие активные формы и методы);

технологии проблемно-модульного обучения;

игровые технологии, в рамках которых студенты участвуют в деловых, ролевых, имитационных играх, проводят фокус-группы и др.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности педагогам рекомендуется использовать рейтинговые, кредитно-модульные системы оценки учебной и исследовательской деятельности студентов.

Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций, проведение практических занятий. Контроль знаний студентов осуществляется в результате опроса, проверки решений хозяйственных ситуаций, проведения промежуточных контрольных работ.

Всего часов по учебной дисциплине 200, из них 102 часов аудиторных, в том числе 50 ч. – лекции, 36 ч. – практические занятия, 16 ч. – лабораторные занятия.

Формы текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. ОРГАНИЗАЦИЯ И СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЛОГИСТИКЕ

Понятие и задачи исследований в логистике. Этапы развития технологии и направлений исследований. Области использования информации на предприятии. Факторы результативности и эффективности исследований.

Организация исследования на предприятии. Формулировка целей и задач исследования. Определение объекта и предмета исследования. Формирование информационной системы. Первичные и вторичные данные. Внутренние и внешние источники информации. Выбор методов сбора первичной информации. Полевые и кабинетные исследования.

ТЕМА 2. ВЫБОР ТИПА И РАЗРАБОТКА ПЛАНА ИССЛЕДОВАНИЯ

Этапы определения проблемы и формулирования целей исследования. Идентификация проблемы исследования. Понятие проблемы исследования. Классификация проблем исследования. Приемы осмысления проблемы. Формирование рабочей гипотезы. Логические и интуитивно-творческие методы генерирования рабочих гипотез.

Этапы разработки плана исследования. Сравнительная характеристика различных типов исследований.

Определение типа требуемой информации при проведении исследования и источников ее получения. Преимущества и недостатки различных источников информации.

Выбор способа сбора необходимых данных. Характеристика качественных и количественных видов исследований. Основные способы сбора данных при различных видах исследований.

Виды форм для сбора данных и их выбор. Разработка выборочного плана и определение объема выборки. Составление бюджета и графика проекта. Процесс формирования бюджета исследования и график его проведения.

ТЕМА 3. КАЧЕСТВЕННЫЕ СПОСОБЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Качественное исследование как инструмент понимания сути обстановки, сложившейся вокруг проблемы. Качественное исследование как метод пояснения данных, полученных из количественного исследования. Прямые и косвенные методы качественного исследования.

Фокус-группы как неструктурированные групповые интервью. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

Глубинные интервью как неструктурированные, прямые, личные интервью. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки. Нестандартизированные и полуструктурированные глубинные интервью.

Проекционный метод как неструктурированная, косвенная форма опроса. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

Логические методы анализа информации. Методы экспертных оценок. Этапы экспертной оценки. Подбор экспертов. Обработка оценок экспертов. Оценка согласованности мнений экспертов.

ТЕМА 4. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ СПОСОБЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Причины использования выборочных методов исследования. Ошибки при формировании выборки. Процесс формирования выборки. Определение основы выборки. Выбор процедуры формирования выборки. Определение размера выборки. Надежность выборки.

Опросы как основные методы количественных исследований. Классификация методов проведения опроса. Преимущества и недостатки. Условия применения.

Шкалирование. Основные типы шкал. Методы сравнительного и несравнительного шкалирования.

Анкета или программа опроса. Последовательность разработки анкеты. Тестирование анкеты. Корректировка анкеты.

Наблюдение. Виды наблюдения. Разработка форм наблюдения.

Составляющие экспериментального исследования. Валидность. Факторы снижающие валидность. Виды моделей эксперимента. Внутренняя и внешняя достоверность экспериментов.

Полевые работы. Состав полевой работы.

ТЕМА 5. СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ

Подготовка данных к анализу. Редактирование и кодирование данных. Статистическая корректировка данных.

Вариационный ряд. Нормальное распределение. Выбросы данных. Обобщающие показатели: интерпретация типических значений. Среднее. Медиана. Мода. Перцентили. Квартили. Показатели вариации.

Понятие статистической гипотезы. Параметрическая и непараметрическая гипотезы. Общая схема проверки гипотез.

Построение таблиц сопряженности признаков как метод, характеризующий совместное распределение двух или более переменных.

Дисперсионный анализ как метод проверки статистической значимости

различий выборочных средних для двух или более совокупностей. Процедура выполнения однофакторного дисперсионного анализа, используемые статистики. Ковариационный анализ.

Корреляционный и регрессионный анализ как два базовых инструмента анализа двумерных количественных данных. Характеристика и задачи корреляционно-регрессионного анализа.

Факторный анализ как совокупность методов выявления обобщающих характеристик изучаемых явлений и процессов. Методы факторного анализа.

Кластерный анализ. Порядок выполнения кластерного анализа. Иерархические методы кластеризации. Алгоритмы классификации.

Процедуры дискриминантного анализа. Дискриминантные переменные. Каноническая дискриминантная функция. Коэффициенты дискриминантной функции.

Многомерное шкалирование как класс методов для представления восприятий и предпочтений респондентов в пространстве с помощью наглядного изображения. Пространственные карты.

Совместный анализ как метод количественной оценки важности одной характеристики по сравнению с другой. Выбор атрибутов. Определение уровней значений по каждому атрибуту. Полнопрофильный и компромиссный подход к сбору исходных данных.

Применение пакета SPSS для проведения статистического анализа информации. Примеры использования в логистике.

ТЕМА 6. ПОДГОТОВКА ОТЧЕТА О РЕЗУЛЬТАТАХ ПРОВЕДЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Функция отчета о проведенном исследовании. Структура отчета. Требования к отчету об исследовании.

Устная презентация. Учет состава и цели аудитории. Структурирование презентации. Использование визуальных средств. Вопросы достоверности и надежности.

Изучение отчета клиентом. Поддержка клиента и оценка эффективности проекта.

Использование пакетов Microsoft Excel и Microsoft Power Point для подготовки презентации результатов исследования.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Организация и содержание исследований в логистике	2	2	-	-	-	-	[законод.:1,2; осн.: 1, 3, 5; доп.: 6,9,12]	Опрос, тесты
2	Выбор типа и разработка плана исследования	4	2	-	-	-	-	[осн.:1,3,5; доп.:6,9,12]	Тесты, контрольная работа
3	Качественные способы сбора информации	8	4	-	-	-	-	[осн.:1,2,3,4; доп.: 6,9,12,15,16]	Опрос, тесты
4	Количественные способы сбора информации	8	4	-	4	-	-	[осн.:1,2,3; доп.: 1,4,6,7,12,15]	Контрольн ая работа
5	Статистические методы анализа информации	26	14	-	8	-	-	[осн.:1,2,3; доп.: 2,3,8,10,12, 13, 14,17]	Тесты, контрольная работа
6	Подготовка отчета о результатах проведенного исследования	2	2	-	2	-	-	[осн.:1,2,3,5]	Опрос, тесты
7	Всего часов:	50	36		16				Экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА БАЗЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ)**

Номер темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Организация и содержание исследований в логистике	2	1	-	-	-	-	[законод.:1,2; осн.: 1, 3, 5; доп.: 6,9,12]	Тесты
2	Выбор типа и разработка плана исследования	2	1	-	-	-	-	[осн.:1,3,5; доп.:6,9,12]	Тесты, контрольная работа
3	Качественные способы сбора информации	2	1	-	-	-	-	[осн.:1,2,3,4; доп.: 6,9,12,15,16]	Тесты
4	Количественные способы сбора информации	2	2	-	-	-	-	[осн.:1,2,3; доп.: 1,4,6,7,12,15]	Тесты
5	Статистические методы анализа информации	2	2	-	2	-	-	[осн.:1,2,3; доп.: 2,3,8,10,12, 13, 14,17]	Контрольная работа
6	Подготовка отчета о результатах проведенного исследования		1	-		-	-	[осн.:1,2,3,5]	Тесты
7	Всего часов:	10	8		2				Экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (СОКРАЩЕННЫЙ СРОК ОБУЧЕНИЯ)**

Номер темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Организация и содержание исследований в логистике	2	0,5	-	-	-	-	[законод.:1,2; осн.: 1, 3, 5; доп.: 6,9,12]	Тесты
2	Выбор типа и разработка плана исследования	2	0,5	-	-	-	-	[осн.:1,3,5; доп.:6,9,12]	Тесты
3	Качественные способы сбора информации	2	0,5	-	-	-	-	[осн.:1,2,3,4; доп.: 6,9,12,15,16]	Тесты
4	Количественные способы сбора информации	2	1	-	1	-	-	[осн.:1,2,3; доп.: 1,4,6,7,12,15]	Тесты, контрольн ая работа
5	Статистические методы анализа информации	2	1	-	2	-	-	[осн.:1,2,3; доп.: 2,3,8,10,12, 13, 14,17]	Контрольн ая работа
6	Подготовка отчета о результатах проведенного исследования	2	0,5	-	1	-	-	[осн.:1,2,3,5]	Тесты
7	Всего часов:	12	4		4				Экзамен

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

В соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов, утвержденным Приказом Министра образования Республики Беларусь (от 27.05.2013г.№405), целями самостоятельной работы являются: активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся; формирование у обучающихся умений и навыков самостоятельного приобретения и обобщения знаний; формирование у обучающихся умений и навыков самостоятельного применения знаний на практике; саморазвитие и самосовершенствование. Экономика знаний предоставляет широкий спектр средств для самостоятельного освоения учебных дисциплин, поэтому образовательным стандартом 45 % времени на изучение учебной дисциплины «Исследования в логистике» отведено самостоятельной работе студентов.

Для организации эффективной управляемой самостоятельной работы необходимо соответствующее научно-методическое обеспечение дисциплины: перечни заданий и контрольных мероприятий; список рекомендуемой учебной, научной, справочной, методической литературы; учебно-методические комплексы, в том числе электронные; доступ к библиотечным фондам, электронным средствам обучения, электронным информационным ресурсам (локального, удаленного доступа) по учебной дисциплине; типовые задания, контрольные работы, тесты, алгоритмы выполнения заданий, примеры решения задач, тестовые задания для самопроверки и самоконтроля, тематика рефератов, методические разработки по инновационным формам обучения и диагностики компетенций и т.п.

Основными видами управляемой самостоятельной работы студентов являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов; подготовка мультимедийных презентаций и докладов; выполнение микроисследований по заданной проблеме; подготовка к практическим и лабораторным занятиям; практические разработки и выработка рекомендаций по решению проблемной ситуации; выполнение домашних заданий в виде решения задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным темам; компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов и др.

Рекомендуемые средства диагностики компетенций студента

Оценочными средствами диагностики должна предусматриваться оценка способности обучающихся к творческой деятельности, их готовность вести поиск решения новых задач, связанных с отсутствием общепринятых алгоритмов.

Для диагностики компетенций студентов в результате освоения учебной дисциплины «Исследования в логистике» могут использоваться следующие формы и средства оценки знаний:

1. Устная форма – собеседования; коллоквиумы; устные выступления и доклады на семинарах; устные доклады на студенческих научно-практических конференциях; оценка по итогам деловых игр; оценка на основе кейс-метода; экзамен.

2. Письменная форма – тесты; контрольные опросы; контрольные работы; эссе; рефераты; индивидуальные задания; публикации статей, докладов; письменный экзамен.

3. Письменно-устная форма – отчеты по аудиторным или домашним практическим заданиям с их устной защитой; защита дипломной работы; оценка по модульно-рейтинговой системе; оценка на основе результатов деловой игры.

4. Техническая форма – компьютерное тестирование; мультимедийная презентация докладов; разработка видеоматериалов (тематических видеороликов, проблемных видеофильмов).

Оценка знаний студентов производится по 10-балльной шкале. Для оценки знаний и компетентности обучающихся используются критерии, утвержденные Министерством образования Республики Беларусь.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Законодательные и нормативные акты

1. Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016-2020 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 18 июля 2016 г. № 560 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь, –2016.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 окт. 1998г.; одобрен Советом Респ. 19 нояб. 1998 г.: текст по состоянию на 1 сент 2009 г. // Консультант плюс: Беларусь. Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2010.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Т.Г. Зорина, М.А. Слонимская. – Минск: БГЭУ, 2010. – 411 с.
2. Исследования в логистике. Практикум учебно-метод. пособие / О. В. Ерчак, О. Л. Ковалева, Е. Н. Полешук. – Минск: БГЭУ, 2015. – 127 с.
3. Ковалева, О.Л. Исследования в логистике: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-26 02 05 "Логистика" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edoc/bseu.by:8080/handle/edoc/18120>
4. Логистика: учеб. пособие / О.В. Верниковская [и др.]; под ред. И.И. Полешук. – 2-е изд., стер. – Минск: РИПО, 2018. – 267 с. : ил.
5. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2014 – 543 с.: ил.

Дополнительная литература:

1. Аакер, Д. Маркетинговые исследования: пер. с англ. / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй.; под. Ред. С. Божук. 7-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 848 с.
2. Бернс, Э.С. Буш Р.Ф. Основы маркетинговых исследований с использованием Microsoft Excel: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 704 с.
3. Вуколов, Э. Основы статистического анализа. Практикум по статистическим методам и исследованию операций с использованием пакетов Statistica и Excel / Э. Вуколов. – М.: Инфра-М, 2014. – 464 с.

4. Дурович, А.П. Практика маркетинговых исследований. Основные концепции и методы. В 2-х книгах. / А.П. Дурович – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 256с.
5. Дыбская В.В. Логистика: учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2011. – 944 с. – (полный курс МВА).
6. Игрунова, О.М. Маркетинговые исследования: учебник / О.М. Игрунова, Е.В. Манакова, Я.Г. Прима. – СПб.: Питер, 2017 – 224 с.
7. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. – Люберцы: Юрайт, 2016 – 323 с.
8. Козлов А.Ю. Статистический анализ данных с MS Excel: учебное пособие / А.Ю. Козлов, В.С. Мхитарян, В.Ф. Шишов. – М.: ИНФРА-М, 2014 – 320 с.
9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / А.В. Коротков. – Люберцы: Юрайт, 2016 – 595 с.
10. Кунцевич, О.Ю. Информационные технологии в логистике: учебно-метод. пособие / О.Ю. Кунцевич. - Минск: МИТСО, 2017. – 81 с.
11. Максимов, С. И. Технологии обработки данных исследований в IBM SPSS Statistics : учебно-методическое пособие / С. И. Максимов, Е. М. Зайцева ; Государственное учреждение образования "Республиканский институт высшей школы". - Минск : РИВШ, 2016. - 99 с.
12. Малхотра, Н.К. Маркетинговые исследования / Н.К. Малхотра. – М.: Вильямс, 2016 – 1184 с.
13. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: учеб. пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. – М.: ИНФРА – М, 2009. – 160 с.
14. Орлова, И. Многомерный статистический анализ в экономических задачах / И. Орлова, Н. Концевая, В. Турундаевский. – М.: Инфра-М, 2014. – 320 с.
15. Романенкова, О.Н. Маркетинговые исследования / О.Н. Романенкова. – М.: Юрайт, 2016. – 315 с.
16. Сухорученков, Б. Анализ малой выборки. Прикладные статистические методы / Б. Сухорученков. – М.: Вузовская книга, 2010. – 384 с.
17. Эконометрика и экономико-математические методы и модели: учеб. пособие/ Г.О. Читая [и др.]; под ред. Г.О. Читая, С.Ф. Миксюк. – Минск: БГЭУ, 2018. – 511 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Маркетинговые исследования	Промышленного маркетинга и коммуникаций		протокол № 9 от 28.03. 2019 г

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
