

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Для принятия решений в сфере маркетинга необходимо обладать достаточной и достоверной информацией, уметь ее оперативно обрабатывать на персональных компьютерах и разрабатывать мероприятия по внедрению результатов исследования в производство. При системном подходе к решению любой проблемы будущий специалист должен применить весь комплекс знаний, использовать имеющийся аппарат и необходимые пакеты прикладных программ. Поэтому важно, чтобы в процессе обучения студент освоил современные и перспективные методы расчета и приобрёл практические навыки анализа и планирования экономических систем в производственной и маркетинговой деятельности.

Цели изучения учебной дисциплины:

- научить студентов количественному обоснованию решений по управлению целенаправленными процессами (операциями) в сложных системах АПК: сельскохозяйственных, производственно-территориальных, агропромышленных, торговых, обслуживающих, перерабатывающих;
- изучить методы и модели массового обслуживания, теории игр, теории управления запасами, сетевого планирования и управления, теории расписаний, целочисленного линейного программирования.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- применение приемов и методов исследования операций с целью анализа особенностей и закономерностей развития отраслей АПК, предприятий, формирований;
- умение строить модели исследования операций для количественного описания функционирования аграрных формирований и протекающих в них процессов;
- умение использовать пакеты прикладных программ для проведения системного анализа и построения моделей исследования операций, поисков оптимальных вариантов их решения;
- умение обосновывать управленческие решения на основе использования разнообразных моделей исследования операций.

Учебная дисциплина относится к компоненту учреждения высшего образования.

Освоение учебной дисциплины базируется на компетенциях, приобретенных ранее студентами при изучении дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Экономика организации».

Данная учебная дисциплина является основой для изучения курса «Основы научных исследований», «Агробизнес», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».

Структура программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают новые результаты экономических исследований и последние достижения в области информационных технологий, ориентируя

обучающихся на приобретение соответствующей специализированной компетенции:

Применять количественные и качественные методы при принятии решений в области маркетинга.

Участвовать в патриотических мероприятиях, знать и выполнять социокультурные традиции, уважать историческое прошлое своей страны и деятельности предшествующих поколений, иметь желание защищать свою страну, работать не только для удовлетворения своих потребностей, но и для процветания Республики Беларусь.

В результате изучения учебной дисциплины «Исследование операций в маркетинге» студенты должны:

*знать:*

- основы экономико-математического моделирования, анализа и прогнозирования;
- основные проблемы и направления развития теории и практики исследования операций;
- область применения исследования операций;
- типовые экономико-математические модели исследования операций, применяемые в маркетинге;
- современные пакеты прикладных компьютерных программ;
- принципы решения математических задач на базе специальных и универсальных экономико-математических методов, применяя персональные компьютеры и пакеты прикладных программ;
- способы и средства анализа, полученных результатов с целью формирования предложений по очередности и механизму реализации решений в практику предприятий агропромышленного комплекса.

*уметь:*

- проводить идентификацию экономико-математических моделей;
- применять теоретические знания при проведении анализа и прогнозирования экономических процессов и систем;
- моделировать экономические ситуации, связанные с оптимизацией исследуемых систем;
- составлять основные экономико-математические модели, применение которых призвано повысить качество и эффективность деятельности маркетинговых служб объектов агропромышленного комплекса;
- решать экономические задачи экономико-математическими методами с использованием компьютерных и программных средств по реальным данным;
- разрабатывать оптимальные организационно-экономические решения в условиях развития рыночных отношений;
- обосновывать с помощью приемов и методов исследования операций, как оптимальные решения, так и альтернативные варианты для формирования предложений к внедрению в производство;
- применять полученные знания при научных исследованиях экономических явлений, процессов и систем.

*владеть:*

- основными приемами обоснования исходной информации экономико-математических моделей;
- приемами составления экономико-математических моделей;
- методами аналитического и численного решения экономико-математических задач.

Для дневной формы получения высшего образования по специальности 1-26 02 03 Маркетинг в соответствии с учебными планами БД-26-02-7-21у от 27.05.2021 г., БД-26-02-7-22у от 25.05.2022 г. на изучение учебной дисциплины «Исследование операций в маркетинге» отводится 108 часов, в том числе аудиторных – 54 часа. Для самостоятельной работы отведено 54 часа. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 18 часов, практические занятия – 36 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – зачет. Учебная дисциплина «Исследование операций в маркетинге» изучается студентами дневной формы обучения на 3 курсе в 5 семестре.

Для заочной формы получения высшего образования по специальности 1-26 02 03 Маркетинг в соответствии с учебным планом БЗс-26-02-7-22у от 25.05.2022 г. на изучение учебной дисциплины «Исследование операций в маркетинге» отводится 108 часов, в том числе аудиторных – 10 часов. Для самостоятельной работы отведено 62 часа. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 4 часа, практические занятия – 6 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – зачет. Учебная дисциплина «Исследование операций в маркетинге» изучается студентами заочной формы обучения на 3 курсе.

Для заочной формы получения высшего образования (ВШАБ) по специальности 1-26 02 03 Маркетинг в соответствии с учебным планом БВШ-26-02-7-23у от 29.03.2023 г. на изучение учебной дисциплины «Исследование операций в маркетинге» отводится 108 часов, в том числе аудиторных – 12 часов. Для самостоятельной работы отведено 96 часов. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 4 часа, практические занятия – 8 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – зачет. Учебная дисциплина «Исследование операций в маркетинге» изучается студентами заочной формы обучения на 5 курсе в 5 семестре.

Для дневной формы получения общего высшего образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг в соответствии с учебным планом БД-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г. на изучение учебной дисциплины «Исследование операций в маркетинге» отводится 108 часов, в том числе аудиторных – 54 часа. Для самостоятельной работы отведено 54 часа. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 18 часов, практические занятия – 36 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – зачет. Учебная дисциплина «Исследование операций в маркетинге» изучается студентами дневной формы обучения на 3 курсе в 5 семестре.