

Аннотация дисциплины «Маркетинговые исследования»

Цель дисциплины:

· формирование теоретических и практических навыков проведения маркетинговых исследований для снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Задачи дисциплины:

· освоение методов и приемов проведения маркетинговых исследований;
· овладение практическими навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации

Место в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинговые исследования» является дисциплиной вариативной части ОП и входит в модуль профиля для студентов направления подготовки 38.03.02- «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент».

Краткое содержание: Цели, задачи и направления маркетинговых исследований в условиях рыночной экономики. Планирование маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Использование выборочного метода сбора маркетинговой информации. Методы анализа маркетинговой информации. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях. Маркетинговые исследования товарных рынков. Маркетинговые исследования потребителей. Маркетинговые исследования товаров. Маркетинговые исследования цен и ценообразования. Исследование эффективности рекламы.