

Аннотация дисциплины «Практикум по маркетинговым исследованиям»

Цель изучения 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 «Практикум по маркетинговым исследованиям» является дисциплиной вариативной части ОП и входит в модуль дисциплин по выбору студента, углубляющих освоения профиля (профильный блок дисциплин по выбору) для студентов направления подготовки 38.03.02- «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент».

Краткое содержание: Цели, задачи и направления маркетинговых исследований в условиях рыночной экономики. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований в условиях рыночной экономики. 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.