

Аннотация дисциплины:

«Практикум по маркетинговым исследованиям»

Целью изучения дисциплины является освоение методики сбора информации о рынке, проектирования процесса маркетинговых исследований, включая поиск источников информации, выбор способов и технических средств сбора, расчет объема выборки, а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и компоновки отчета о проведении исследований.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по маркетинговым исследованиям» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений и входит в модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля (профильный блок дисциплин по выбору) образовательной программы, разработанной для студентов направления подготовки 38.03.02-«Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент».

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, приобретенных студентами в процессе предшествующего освоения иных экономических и профессиональных дисциплин, в том числе «Математика», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Теория и история менеджмента», «Маркетинг» и др.

Краткое содержание: Назначение, содержание, цели и задачи маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система и современные информационные технологии. Планирование процесса проведения маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований и способы сбора маркетинговой информации. Анкетирование. Формирование и расчет объема выборки при проведении маркетинговых исследований. Статистические методы расчета объема выборки. Качественные маркетинговые исследования. Систематизация информации и подготовка отчета о проведенном исследовании .