

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования»

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» 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.

Задачи дисциплины

- формирование навыков осуществлять сбор, обработку и анализ информации для принятия управленческих решений в сфере маркетинговых исследований.
- приобретение навыков осуществлять поиск и оценку новых рыночных возможностей и формулировать бизнес-идеи.
- формирование системного подхода к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-4. Способен выполнять поиск, систематизацию и анализ бухгалтерской, финансовой и статистической информации, необходимой для исследования социально-экономических процессов в целях прогнозирования и нейтрализации возможных угроз экономической безопасности.

Содержание дисциплины. В результате освоения дисциплины, обучающиеся изучат теоретический и практический материал по следующим темам: Сущность и виды маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации. Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей и задач исследования. Разработка инструментария проекта исследования.

Объем дисциплины – 72 часа, 2 з.е.

Форма промежуточного контроля – зачет.