

## **Аннотация дисциплины «Маркетинговые исследования»**

### **Цель дисциплины:**

формирование у студентов следующих компетенций:

- владение навыками стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации; способность оценивать тенденции и закономерности развития внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочной перспективе.

**Место дисциплины в структуре ООП** - дисциплина Модуля профиля вариативной части ООП по направлению 38.03.02-Менеджмент, профиль "Маркетинг".

### **Краткое содержание:**

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.