

Аннотация дисциплины

«Инструменты маркетинговых исследований в организации»

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, обеспечивающих им возможность эффективно использовать на практике инструменты маркетинговых исследований для повышения эффективности бизнеса.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент профиль «Финансовый менеджмент».

Краткое содержание: этапы проведения комплексных маркетинговых исследования. Назначение и особенности различных методов проведения маркетинговых исследований. Организация сбор маркетинговой информации путем опроса или наблюдения. Квалифицированный анализ собранной информации. Принципы организации сбора маркетинговой информации другими методами. Принятие рыночных решений на основе информации, собранной в ходе маркетинговых исследований.