**Аннотация дисциплины**

**«Маркетинговые исследования»**

**Цель дисциплины:**

формирование теоретических знаний в области проведения использования маркетингового инструментария в деятельности организации, маркетинговых исследований и развитие практических навыков эффективного.

**Место дисциплины в структуре ООП:**

Место дисциплины «Маркетинговые исследования» в структуре образовательной программы определяется учебным планом по направлению 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль: ИТ-менеджмент в бизнесе.

**Краткое содержание:**

дисциплине «Маркетинговые исследования» представлены современные технологии проведения маркетинговых исследований и сбора маркетинговой информации. Изучаются виды и основные направления маркетинговых исследований, методические основы их проведения. Рассматриваются основные методы сбора маркетинговой информации, анализируются различные источники первичной и вторичной маркетинговой информации. Дисциплина изучает процедуру проведения исследования, особенности организации маркетингового исследования собственными силами компании или путем взаимодействия с маркетинговыми исследовательскими компаниями.

Особое внимание уделяется прикладным маркетинговым исследованиям, связанным с сегментированием рынка, исследованием конкурентов, потребителей, товаров, цен и коммуникаций компании. В поле зрения дисциплины такие важные аспекты деятельности компании, как организация сбора информации о конкурентах, текущий мониторинг цен, тестирование товаров, оценка эффективности коммуникаций.

Рассматриваются также современные методы анализа собранной информации и основные методы ее прогнозирования.

Изучение дисциплины «Маркетинговые исследования» позволит студентам приобрести навыки применения современных инструментов маркетинга для решения практических задач.