**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:**

Сущность маркетинговых исследований, виды и основные направления. Первичная и вторичная маркетинговая информация, источники, методы сбора. Понятие выборки и ее типы. Сущность понятий количественной и качественной репрезентативности. Релевантность маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС), ее составляющие. Качественные и количественные методы первичных маркетинговых исследований. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях. Характеристика эксперимента как метода маркетингового исследования. Преимущества и недостатки экспертных оценок. Методы анализа и прогнозирования маркетинговой информации. Методы и процедуры сегментации рынка. Критерии и основные методики отбора целевых сегментов рынка. Основные задачи исследования окружающей среды маркетинга. Технологии проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.