**Аннотация дисциплины**

**Практикум по маркетинговым исследованиям**

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент организации», заочная форма обучения.

**Цель дисциплины** – формирование у современных студентов теоретических знаний и развитие практических навыков сбора, обработки и

анализа маркетинговой информации с целью ее использования при принятии

обоснованных управленческих решений.

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина «Система государственного управления» является дисциплиной модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент организации»

**Краткое содержание:**

Понятие и методология проведения маркетинговых исследований.

Информационное обеспечение маркетинговых исследований.

Количественные маркетинговые исследования. Опрос: сущность, назначение, преимущества и недостатки, проблемы использования. Виды опросов, преимущества и недостатки. Метод экспертных оценок. Область применения, достоинства и недостатки экспертных оценок. Качественные маркетинговые исследования. Применение методов и моделей статистического анализа при проведении маркетинговых исследований. Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях.