

Аннотация к рабочей программе дисциплины Практикум по маркетинговым исследованиям

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.

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.