

АННОТАЦИЯ Дисциплины Маркетинговые исследования

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель курса – формирование у слушателей целостной системы знаний о подготовке к проведению исследований, о методах сбора информации; способности проводить исследование рынка, работать со специализированными программами по обработке и анализу информации.

Задачи курса:

- Формирование системного подхода к процессу планирования и процедуре проведения маркетинговых исследований, а также обработке полученных данных о рынке;
- Освоение методики планирования и организация комплексных исследований товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;

1.2 Связь с другими дисциплинами

Дисциплина относится к разделу 3 «Специализация», обеспечивающих экономическую и организационно-управленческую подготовку слушателя.

Курс «Маркетинговые исследования» основан на изучении дисциплины «Маркетинг» и способствует изучению таких дисциплин и курсов как: «Управление маркетингом», «Управление продажами», «Управление системой маркетинговых коммуникаций», «Электронная коммерция», «Промышленный маркетинг», «Маркетинг услуг», «Создание и развитие нового бизнеса (бизнес-семинар, мастер-классы на предприятиях и в организациях)», «Подготовка и защита ВКР».

1.3 Трудоемкость изучения курса

Количество часов							
Всего	Аудиторных	В том числе		Самостоя- тельная работа	В том числе		Активные методы обучения
		Очные	Дистан- ционные		Электрон- ное обучение	Прочая самостоятельная работа	
26	16	16		10	2	8	8

Форма итогового контроля: экзамен.

1.4 Форма обучения и форма организации образовательного процесса

Форма обучения: очно-заочная.

Программа реализуется в смешанной форме интерактивных лекций, дискуссионного семинара и дистанционных образовательных технологий.

Активные методы обучения предусматривают решение деловых ситуаций (кейсов).