

Аннотация Дисциплины Исследование и анализ рынка

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», обеспечивающему экономическую и организационно-управленческую подготовку слушателя.

Курс «Исследование и анализ рынка» основан на изучении дисциплины «Маркетинг» и способствует изучению таких дисциплин и курсов как: «Интернет-предпринимательство», «Современные практики управления предприятием (мини-стажировки)», «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	Аудитор-ных	В том числе		Самостоя-тельная работа	В том числе		Активные методы обучения
		Очные	Дистан-ционные		Электрон-ное обучение	Прочая самостоятельная работа	
22	16	12	4	6		6	6

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).