

Направление подготовки: Экономика, бакалавриат, очное обучение

Маркетинговые исследования

Аннотация

Трудоемкость: 2 ECTS, 72 академических часа.

Форма контроля: зачет.

Данный учебно-методический комплекс по дисциплине **«Маркетинговые исследования»** состоит из программы учебной дисциплины, теоретического и практического блоков.

Краткое содержание: Программа курса «Маркетинговые исследования» дает возможность определить понятие маркетингового исследования и некоторые инструменты, используемые в этой отрасли. Выделить важность вторичных и внутренних исследований с точки зрения процесс планирования; определить, что такое первичное исследование, и выявить различные способы проведения первичного исследования. Студенты также получают возможность сосредоточиться на разработке плана исследования или предложения для проекта экспертной оценки, смогут рассмотреть различные компоненты предложения и оформить его профессионально.

Учебная задача: Целью учебной дисциплины «Маркетинговые исследования» является расширить представление студентов об индустрии маркетинговых исследований. Развить навыки, необходимые исследователю, и понять различные области применения маркетинговых исследований.

Студентам предоставляется помощь в самостоятельном изучении материала, проводится дополнительное разъяснение наиболее трудных вопросов в индивидуальном порядке. В самостоятельную работу студентов входит исследовательская деятельность, подготовка презентаций, работа в группе, проведение аналитических изысканий в рамках дисциплины и т.д. Оценка выводится в качестве средневзвешенной оценки текущих ответов и контрольной презентации, и принимается в качестве оценки экзамены.