

**Ուղղությունը. Տնտեսագիտություն, բակալավրիատ, առկա ուսուցում
Առարկա. Մարքեթինգային հետազոտություն**

Անոտագիա

Աշխատատարությունը` 2 կրեդիտ, 72 ակադեմիական ժամ

Սուգարք

«Մարքեթինգային հետազոտություն» առարկայի կրթական և մեթոդական այս համալիրը բաղկացած է տեսական և գործնական բաժիններից:

Համառոտ նկարագրություն.

«Մարքեթինգային հետազոտություն» դասընթացի ծրագիրը հնարավորություն է տալիս սահմանել մարքեթինգային հետազոտություն հասկացությունը և այս ոլորտում կիրառվող որոշ գործիքներ: Կարևորել էրկրորդական և ներքին հետազոտությունների կարևորությունը պլանավորման գործընթացի առումով. սահմանել, թե ինչ է առաջնային հետազոտությունը և բացահայտել առաջնային հետազոտությունների անցկացման տարբեր ուղիներ: Ուսանողները նաև հնարավորություն կունենան կենտրոնանալ հետազոտական պլանի մշակման կամ մասնագիտական գնահատականի առաջարկի վրա, կկարողանան վերանայել առաջարկի տարբեր բաղադրիչները և այն մասնագիտորեն ձևավորել:

Առարկայի նպատակն ու խնդիրները.

«Մարքեթինգային հետազոտություն» դասընթացի նպատակն է ընդլայնել ուսանողների պատկերացումները մարքեթինգային հետազոտությունների ոլորտում: Զարգացնել հետազոտողից պահանջվող հմտությունները և հասկանալ մարքեթինգային հետազոտության տարբեր կիրառությունները:

Ուսանողներին տրամադրվում է օգնություն նյութի ինքնուրույն ուսումնասիրության հարցում, անհատական հիմունքներով տրվում են ամենադժվար հարցերի լրացուցիչ բացատրությունները: Ուսանողների ինքնուրույն աշխատանքը ներառում է հետազոտական գործունեություն, պրեզենտացիաների պատրաստում, խմբային աշխատանք, վերլուծական հետազոտություն առարկայի շրջանակներում և այլն: Գնահատականը ստացվում է որպես ընթացիկ պատասխանների և ստուգողական պրեզենտացիայի կշռված միջին և ընդունվում է որպես քննության գնահատական: