

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	38.03.06 – «Торговое дело»
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	«Коммерция и маркетинговые коммуникации»
<b>Цель освоения дисциплины:</b>	формирование у студентов теоретических знаний, практических навыков и умений у студентов, позволяющих осуществлять сбор, отображение и анализ данных по разным аспектам торговой и маркетинговой деятельности
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	5 зачетных единиц, 180 часов
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	экзамен
<b>Краткое содержание дисциплины:</b>	Тема 1. Сущность и виды маркетинговых исследований Тема 2. Процесс маркетинговых исследований Тема 3. Виды исследовательских проектов и методы сбора данных Тема 4. Разработка плана маркетингового исследования Тема 5. Проведение полевых работ и возникающие ошибки Тема 6. Предварительный анализ данных Тема 7. Углубленный анализ данных Тема 8. Некоторые методы дополнительного анализа данных Тема 9. Отчет по результатам маркетингового исследования

Аннотацию рабочей программы составил: Муромова И.Ф.

доцент кафедры ИиТ  
(ФИО, должность, подпись)

30.08.2021