

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

Направление подготовки (специальность)	38.03.06 – «Торговое дело»
Направленность (профиль) подготовки	«Коммерция и маркетинговые коммуникации»
Цель освоения дисциплины:	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
Общая трудоемкость дисциплины	5 зачетных единиц, 180 часов
Форма промежуточной аттестации	экзамен
Краткое содержание дисциплины:	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

Составитель аннотации,
специалист по УМР кафедры КиГ



Д.С.Двояшова

30.08.2022