

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
ПРИКЛАДНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

(наименование дисциплины)

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	38.03.02 Менеджмент
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	Маркетинг
<b>Цель освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Прикладные маркетинговые исследования» заключается в подготовке квалифицированных специалистов, обладающих профессиональными знаниями, умениями и навыками, обеспечивающими эффективное управление сбытовой деятельностью коммерческой организации
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	форма обучения: - очная (4 года) – 4 з.е., 144 часа
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	формы обучения: - очная (4 года) – экзамен
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Методические основы маркетинговых исследований.</li><li>2. Маркетинговая информационная система.</li><li>3. Маркетинговая информация.</li><li>4. Организация маркетинговых исследований.</li><li>5. Технология маркетинговых исследований.</li><li>6. Методология маркетинговых исследований.</li><li>7. Кабинетные маркетинговые исследования.</li><li>8. Обработка и анализ маркетинговой информации.</li><li>9. Прикладные маркетинговые исследования.</li></ol>

Аннотацию рабочей программы составил Марченко А.А., к.э.н. доцент

  
30.08.2022