

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

Направление подготовки (специальность)	38.04.06 – «Торговое дело»
Направленность (профиль) подготовки	«Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»
Цель освоения дисциплины:	формирование у магистрантов представления о специфике маркетинговых исследований, техниках и методиках их проведения в определённой рыночной ситуации
Общая трудоемкость дисциплины	3 зачётных единицы, 108 часов
Форма промежуточной аттестации	зачёт
Краткое содержание дисциплины:	Тема 1. Цель, задачи, виды и методы проведения маркетинговых исследований Тема 2. План маркетингового исследования Тема 3. Анализ масштаба и потенциала рынка, структуры рынка, его динамики и устойчивости Тема 4. Основные этапы маркетингового исследования. Разработка плана исследования Тема 5. Определение объема и процедуры выборки. Организация сбора данных Тема 6. Интерпретация полученных данных и оценка результатов исследования конъюнктуры рынка

Аннотацию рабочей программы составил: Наумова И.В., доцент кафедры КиГ

