

## Аннотация к рабочей программе дисциплины Маркетинговые исследования

**Направление подготовки:** 38.03.02 Менеджмент  
**Направленность (профиль):** Менеджмент организации

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студента основных представлений о методах изучения рынка с целью успешного продвижения продукции.

**Объем дисциплины:** 6 з.е., 216 ч.

**Семестр:** 6

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Понятие маркетинговых исследований и методы сбора маркетинговой информации.	Содержание понятия маркетинговых исследований. Понятие и виды маркетинговой информации. Цели и направления маркетинговых исследований. Основные этапы процесса маркетингового исследования. Разработка плана маркетинговых исследований. Определение метода сбора данных. Определение объема и процедуры
2	Объекты маркетинговых исследований. Конкурентоспособность продукции.	Исследование внешней среды маркетинга. Исследование внутренней среды маркетинга. Принципы маркетинговых исследований рынка потребителей. Исследование товарного рынка. Принципы организации деятельности маркетинговой службы. Конкурентоспособность продукции.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен