

Б1.В.ОД.2 Маркетинговые исследования рынка

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые исследования рынка» является формирование у обучающихся теоретических знаний по определению целей, задач и направлений исследований рынка, сущности маркетинговой информационной системы и процесса проектирования маркетинговых исследований, овладение методикой сбора и обработки информации, а также приобретение практических навыков организации сбора, систематизации, обработки данных и составления отчета о проведении исследований.

В процессе изучения курса необходимо решить следующие **задачи**:

- формирование представления об экономической природе, движущих силах и закономерностях исторического процесса и развития рыночных отношений;
- формирование знаний о целевом характере и типологии маркетинговых исследований рынка, маркетинговой информационной системе и её составляющих;
- формирование системного подхода к исследованию рынка и его составляющих;
- формирование комплекса знаний по планированию и организации маркетинговых исследований;
- освоение методологии количественного анализа, теоретического и экспериментального исследования;
- приобретение навыков расчета объема формирования выборки, выбора способов сбора информации;
- приобретение навыков представления результатов выполненных исследований и составления отчета о проведенном исследовании;
- формирование навыков использования в практической деятельности информации, полученной в результате маркетинговых исследований.

Результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурными:

- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (**ОК - 4**);
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен понимать движущие силы и закономерности исторического процесса (**ОК-10**).

В результате изучения дисциплины в рамках данных компетенций студент должен:

а) *знать*:

- основные понятия, раскрывающие сущность информационного обеспечения;
- основные цели, задачи и этапы проведения маркетинговых исследований рынка;
- виды маркетинговых исследований;
- основные процедуры планирования программы маркетинговых исследований;
- методы сбора маркетинговой информации;
- сущность и отличительные характеристики количественных и качественных методов исследования;
- методологию анализа маркетинговой информации;

б) *уметь*:

- разрабатывать план проведения маркетингового исследования;

- правильно выбирать формат исследования и способы сбора маркетинговой информации;
- составлять анкету для проведения маркетингового исследования;
- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;
- организовать сбор данных или самостоятельно провести маркетинговое исследование;
- выбирать метод обработки данных маркетинговой информации;
- анализировать полученные результаты методами статистического, качественного анализа и прогнозирования;

в) владеть навыками:

- применения изученных подходов и стандартных методик к исследованию рынка и его субъектов;
- планирования, организации и проведения маркетинговых исследований, в том числе осуществления взаимодействия со специализированными фирмами;
- анализа маркетинговой информации и статистической обработки количественных данных, собранных при проведении исследования;
- представления результатов исследовательской работы в виде информационного обзора или аналитического отчета.

Содержание разделов:

1. Назначение, содержание, цели, задачи и классификация маркетинговых исследований
2. Маркетинговая информационная система
3. Процесс сбора маркетинговой информации и современные информационные технологии
4. Планирование и организация маркетинговых исследований рынка
5. Порядок формирования и методы расчета объема выборки
6. Качественные маркетинговые исследования рынка
7. Методы систематизации и обработки маркетинговой информации
8. Формирование отчета о проведении маркетингового исследования