

## **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинговые исследования рынка»

**Направление подготовки** 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

**Магистерская программа** Экономика и управление на предприятиях

**Квалификация выпускника** магистр

**Нормативный период обучения** 2 года и 3 м. / 2 года и 6 м.

**Форма обучения** очно-заочная / заочная

**Год начала подготовки** 2017

### **Цель изучения дисциплины:**

Целью изучения дисциплины является обучить магистров теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

### **Задачи изучения дисциплины:**

обеспечить понимание студентами роли маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития

научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований

сформировать маркетинговый подход к проблеме изучения внешней среды предприятия

### **Перечень формируемых компетенций:**

ПК-7 - способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

ПК-8 - способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

ПК-9 - способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

СПК-2 - способность к поиску различных информационных источников для проведения анализа экономической деятельности, оптимизации ресурсов и затрат с целью формирования эффективных управленческих решений

**Общая трудоемкость дисциплины:** 5 з.е.

**Форма итогового контроля по дисциплине:** Экзамен