

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 5 м.

Форма обучения очно-заочная / заочная

Год начала подготовки 2019

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

ДПК-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