**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дисциплина** | **Маркетинговые исследования** |
| **Направление подготовки** | 38.04.02  | Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг и брендинг |
| **Объем дисциплины** | 8 з.е. |
| **Формы промежуточной аттестации** | Зачет Экзамен Курсовая работа  |
| **Кафедра** | *Маркетинга и международного менеджмента* |
| **Краткое содержание дисциплины**  |
| Тема 1. Введение в маркетинговые исследования |
| Тема 2. Основы статистического анализа в маркетинговых исследованиях. Основы работы со статистическим пакетом IBM SPSS |
| Тема 3. Регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях |
| Тема 4. Сегментация рынка |
| Тема 5. Изучение поведенческой реакции покупателей |
| Тема 6. Маркетинговые исследования в условиях глобализации экономики |
| **Список литературы**  |
| **Основная литература** 1. Маркетинг для магистров [Электронный ресурс] : учебник / под общ. ред. И. М. Синяевой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 368 с. <http://znanium.com/go.php?id=501125>
2. Стратегический маркетинг для магистров [Электронный ресурс] : учебник / О. Н. Жильцова [и др.] ; под ред. О. Н. Жильцовой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 354 с. <http://znanium.com/go.php?id=505690>
3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Текст] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Москва : Юрайт, 2014. - 474 с. 1экз.

**Дополнительная литература** 1. Изакова, Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Б. Изакова ; Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [б. и.], 2018. - 1 с. <http://meu.usue.ru/lessons/index.html>2.Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 718 с. 15экз. |
| **Перечень информационных технологий, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем, онлайн курсов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**  |
| **Перечень лицензионное программное обеспечение:** - Программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения Astra Linux Common Edition ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.- Программы для ЭВМ «Мой Офис Стандартный. Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций, без ограничения срока действия. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.- IBM SPSS Statistics Base Campus Edition Договор №19 от 08.02.2018 г., Акт №Tr013597 от 14.02.2018**Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**Общего доступа- Справочная правовая система Консультант плюс |
| **Перечень онлайн курсов**  |
| В данной дисциплине не реализуются |
| **Перечень профессиональных стандартов**  |
| 08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н (Зарегистрированов Министерстве юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 года, регистрационный N 1397 |

Аннотацию подготовили: Солосиченко Т.Ж., Изакова Н.Б.

Заведующий кафедрой Маркетинга и международного менеджмента

руководитель основной профессиональной

образовательной программы 38.04.02 Менеджмент,

(профиль: маркетинг и брендинг) Л.М. Капустина

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дисциплина** | **Маркетинговые исследования**  |
| **Направление подготовки** | 38.04.02 Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг и брендинг |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента |
| **Темы курсовых работ**  |
| 1. Маркетинговые исследования как основа для принятия управленческих решений в условиях рынка. Методика проведения и маркетинговое исследование (на примере конкретного рынка).
2. Конъюнктурный анализ рынка. Применяемые методы.
3. Применение факторного и кластерного анализа для сегментации рынка на примере…
4. Дискриминантный анализ и сегментация рынка на примере...
5. Статистические методы, применяемые в изучении поведенческой реакции покупателей в маркетинге. Conjoint (совместный) анализ. Карты восприятия. Многомерное шкалирование.
6. Метод ситуационного анализа в маркетинговых исследованиях.
7. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках.
8. Маркетинговое исследование конкурентов и возможности завоевания преимуществ в конкурентной борьбе. Применяемые методы.
9. Маркетинговые информационные системы и системы поддержки маркетинговых решений
10. Формирование/Развитие маркетинговой информационной системы и системы поддержки принятия маркетинговых решений на примере…
11. Экспериментальные маркетинговые исследования.
 |

Аннотацию подготовили: Солосиченко Т.Ж., Изакова Н.Б.

Заведующий кафедрой Маркетинга и международного менеджмента

руководитель основной профессиональной

образовательной программы 38.04.02 Менеджмент,

(профиль: маркетинг и брендинг) Л.М. Капустина