|  |  |
| --- | --- |
| **Аннотация** |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |
| Дисциплина  | Маркетинговые исследования с SPSS  |
| Направление подготовки  | 38.04.02 Менеджмент  |
| Профиль  | Маркетинг и брендинг  |
| Объем дисциплины  | 7 з.е  |
| Формы промежуточной аттестации  | Зачет |
|  |  | Экзамен, Курсовая работа |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**  |
| Тема | Наименование темы |
| Тема 1. | Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговых исследований |
| Тема 2. | Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации |
| Тема 3. | Сегментация рынка с помощью кластерного, факторного и дисперсионного анализа |
| Тема 4. | Маркетинговые исследования цен с применением SPSS |
| Тема 5. | Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж |
| Тема 6. | Анализ результативности коммуникационной политики с применением SPSS |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы**  |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
| 1. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [б. и.], [2018?]. - 1 – Режим доступа: http://meu.usue.ru/lessons/index.html |
| 2. Моосмюллер Г., Ребик Н. Н. Маркетинговые исследования с SPSS [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 200 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1231019 |
| 3. Чернышева А. М., Якубова Т. Н. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 244 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/490013 |
| 4. Чернышева А. М., Якубова Т. Н. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 219 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/491221 |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг [Электронный ресурс]:Монография. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 404 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1081779 |

|  |
| --- |
| 2. Черткова Е. А. Статистика. Автоматизация обработки информации [Электронный ресурс]:Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 195 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/491334 |
| 3. Карпова С. В., Бугакова Н. П. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 367 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/489042 |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,** **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**  |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| IBM SPSS Statistics Base Edition Edition Campus Value Unit Term License Subscription and Support 12 Month.Договор № 162/223-ПО/2020 от 08.12.2020. Срок действия 28.02.2022.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021    |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
| Аннотацию подготовил: Изакова Н.Б.  |

**Перечень тем курсовых работ**

1. Маркетинговые исследования как основа для принятия управленческих решений в условиях рынка.
2. Инструменты интернет-маркетинга в продвижении компании
3. Оценка результативности маркетинга в социальных медиа на основе применения методов маркетинговых исследований
4. Маркетинговые исследования инструментов и эффективности стратегий продвижения конкурентов в социальных медиа.
5. Маркетинговое исследование потребителей на рынке товаров/услуг
6. Проведение маркетинговых исследований для управления конкурентоспособностью компании на рынке В2В
7. Методика проведения и маркетинговое исследование (на примере конкретного рынка).
8. Маркетинговые исследования удовлетворенности клиентов на рынке
9. Маркетинговые исследования, как основа развития бренда организации
10. Маркетинговое исследование восприятия бренда организации
11. Маркетинговые исследования для разработки товарной политики организации
12. Маркетинговые исследования для разработки сбытовой политики организации
13. Маркетинговые исследования для разработки ценовой политики организации
14. Маркетинговые исследования для разработки коммуникационной политики организации
15. Применение факторного и кластерного анализа для сегментации рынка на примере…
16. Статистические методы, применяемые в изучении поведенческой реакции покупателей в маркетинге.
17. Метод ситуационного анализа в маркетинговых исследованиях.
18. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках.
19. Маркетинговое исследование конкурентов и возможности завоевания преимуществ в конкурентной борьбе.
20. Маркетинговые информационные системы и системы поддержки маркетинговых решений.
21. Экспериментальные маркетинговые исследования.
22. Исследование результативности коммуникационной политики организации
23. Исследование эффективности маркетинговых коммуникаций