**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинговые исследования |
| **Направление подготовки** | 38.03.02  | Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг |
| **Объем дисциплины** | 9 з.е. |
| **Формы промежуточной аттестации** | ЗачетЭкзаменКурсовая работа |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента |
| **Краткое содержание дисциплины**  |
| Раздел.I. Методологические основы маркетинговых исследований  |
| Тема 1.1. Информационное обеспечение маркетинговых исследований |
| Тема 1.2 Разработка плана маркетингового исследования |
| Тема 1.3. Методы сбора маркетинговой информации |
| Тема 1.4. Этика маркетинговых исследований |
| Тема 1.5. Отчет о маркетинговых исследованиях  |
| Раздел II. Маркетинговые исследования с применением программного комплексе SPSS |
| Тема 2.1. Формирование и предварительный анализ данных  |
| Тема 2.2. Анализ таблиц сопряженности и сравнение средних величин |
| .Тема 2.3. Корреляционный и регрессионный анализ маркетинговых данных  |
| Тема 2.4. Кластерный анализ |
| Тема 2.5. Факторный анализ |
| Тема 2.6. Многомерное шкалирование и совместный анализ маркетинговых данных |
| **Список литературы**  |
| **Основная литература** 1. [Солосиченко, Т. Ж.](http://webirbis.usue.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?LNG=&Z21ID=&I21DBN=ARHIV&P21DBN=ARHIV&S21STN=1&S21REF=1&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=10&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%A1%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE,%20%D0%A2.%20%D0%96.)    Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. пособие / Т. Ж. Солосиченко. - Екатеринбург: [Изд-во УрГЭУ], 2017. - 121 с. : схемы, табл. - Библиогр.: с. 120 <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf>.
2. 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. -http://meu.usue.ru/lessons/index.html
3. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. - 2-е изд. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. - 336 с. <http://znanium.com/go.php?id=418464>

**Дополнительная литература:**1. Жадько, Евгения Александровна. Макроэкономика [Электронный ресурс]. Лекция 2: Маркетинговые исследования. - [Екатеринбург]: [б. и.], 2018.

<http://lib.wbstatic.usue.ru/video/usue_19.mp4>1. Басовский, Л. Е. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 300 с. <http://znanium.com/go.php?id=544241>
2. Нуралиев, С. У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр") / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 362 с. <http://znanium.com/go.php?id=415135>
 |
| **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 ГАРАНТ- Справочная правовая система Консультант плюс |
| **Перечень онлайн курсов**  |
| В данной дисциплине не реализуются |
| **Перечень профессиональных стандартов**  |
| 08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержден Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 г. № 366н, рег. № 1134 (зарегистрирован в Минюсте России 21.06.2018 N 51397 |

Аннотацию подготовили

 Т.Ж.Солосиченко

 Н.Б. Изакова

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.М. Капустина

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинговые исследования |
| **Направление подготовки** | 38.03.02  |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента |
| **Темы курсовых работ**  |
| 1. Анализ поведения покупателей на рынке товаров (усдуг)
 |
| 1. Методика проведения маркетинговых исследований
 |
| 1. Изучение и прогнозирование покупательского спроса.
 |
| 1. Исследование отношения индивидуальных потребителей к компании (товару, услуге, бренду)
 |
| 1. Методика проведения и маркетинговое исследование рынка
 |
| 1. Мониторинг цен на услуги (товары)
 |
| 1. Анализ потребительских предпочтений посетителей
 |
| 1. Экспертные методы получения маркетинговой информации.
 |
| 1. Кабинетные исследования как метод сбора информации.
 |
| 1. Анализ влияния макросреды на маркетинговую деятельность фирмы и рыночную ситуацию в целом.
 |
| 1. Маркетинговые исследования рекламы.
 |
| 1. Фокус-группа в маркетинговых исследованиях.
 |
| 1. Конкурентный анализ рынка.
 |
| 1. Формирование маркетинговой информационной системы предприятия
 |
| 1. Маркетинговые исследования бренда.
 |
| 1. Маркетинговые исследования каналов распределения.
 |
| 1. Изучение и прогнозирование покупательского спроса.
 |
| 1. Анализ реакции рынка на изменение ситуации.
 |
| 1. Анализ мерчандайзинга в торговых сетях
 |
| 1. Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей
 |
| 1. Маркетинговое исследование спроса на рынке товаров (услуг)
 |
| 1. Исследование лояльности потребителей
 |
| 1. Маркетинговое исследование поведения молодежи на рынке товаров (услуг)
 |
| 1. Маркетинговые исследования потребителей с целью разработки программы продвижения
 |
| 1. Анализ потребительских предпочтений молодежи
 |
| 1. Маркетинговые исследования восприятие брендов
 |
| 1. Исследование роли событийного маркетинга в повышении лояльности потребителей на рынке
 |
| 1. Маркетинговые исследования спроса
 |
| 1. Маркетинговые исследования рынка товаров (услуг)
 |
| 1. Исследования результативности маркетинговой деятельности организации
 |

Аннотацию подготовил Т.Ж.Солосиченко

 Н.Б. Изакова

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.М. Капустина