|  |  |
| --- | --- |
| **Аннотация** |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |
| Дисциплина  | Маркетинговые исследования  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |
| Профиль  | Интернет-маркетинг  |
| Объем дисциплины  | 6 з.е  |
| Формы промежуточной аттестации  | Экзамен, Курсовая работа |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**  |
| Тема | Наименование темы |
| Тема 1. | Информационное обеспечение маркетинговых исследований |
| Тема 2. | Подготовка комплексного плана проведения маркетингового исследования |
| Тема 3. | Сбор, хранение и обработка маркетинговой информации |
| Тема 4. | Маркетинговые исследования с применением программного комплексе SPSS |
| Тема 5. | Обработка маркетинговых данных с помощью методов математической статистики |
| Тема 6. | Формирование предложений по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на основе результатов статистических исследований |
| Тема 7. | Отчет по результатам маркетингового исследования |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы**  |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
| 1. Солосиченко Т. Ж. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf |
| 2. 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 |
| 3. Маркетинговые исследования. Курс лекций. Тема [1]. Формирование и предварительный анализ данных [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202108/15.mp4 |
| 4. Маркетинговые исследования. Курс лекций. Тема [2]. Методы статистического анализа маркетинговой информации [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202108/16.mp4 |
| 5. Маркетинговые исследования. Курс лекций. Тема [3]. Совместный анализ. Исследование удовлетворенности потребителей [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202108/17.mp4 |
| 6. Маркетинговые исследования. Курс лекций. Тема 1. Основные классификации и направления в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс]:. - , . - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202109/181.mp4 |
| 7. Маркетинговые исследования. Курс лекций. Тема 2. Маркетинговая информационная система (МИС) и организация маркетинговых исследований [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202109/182.mp4 |

|  |
| --- |
| 8. Маркетинговые исследования. Курс лекций. Тема 3. Последовательность этапов маркетингового исследования [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/202109/183.mp4 |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Лебедева О. А., Лыгина Н. И. Маркетинговые исследования рынка:учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям). - Москва: Форум: ИНФРА-М, 2012. - 191 |
| 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. Гришина В.Т. Маркетинговые исследования: Практикум [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2018. - 58 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/917540 |
|  |
| **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.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| 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.  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021    |
| Аннотацию подготовил: Изакова Н.Б.  |

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| Дисциплина  | Маркетинговые исследования  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |
| Профиль  | Интернет-маркетинг  |

1. Маркетинговые исследования как основа для принятия маркетинговых решений
2. Маркетинговое исследование (на примере конкретного рынка).
3. Конъюнктурный анализ рынка.
4. Сегментация рынка с помощью методов статистического анализа
5. Анализ поведения потребителей с помощью статистических методов
6. Метод ситуационного анализа в маркетинговых исследованиях.
7. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках.
8. Маркетинговое исследование конкурентов
9. Маркетинговые информационные системы и системы поддержки маркетинговых решений.
10. Экспериментальные маркетинговые исследования.
11. Маркетинговое исследование рынка цветов
12. Маркетинговое исследование книжного рынка
13. Анализ рынка мебели
14. Маркетинговое исследование ранка автохимии и автокосметики
15. Маркетинговое исследование потребительских предпочтений на рынке...
16. Маркетинговое исследование рынка деловой прессы
17. Маркетинговое исследование рынка подарков
18. Мониторинг цен на услуги рекламных агентств
19. Маркетинговое исследование психологических особенностей поведения потребителей
20. Анализ ценовой политики на рынке (товара/услуги)
21. Анализ потребительских предпочтений на рынке (товара/услуги)
22. Маркетинговые исследования уровня цен и ассортимента товаров
23. Оценка собственного потенциала компании и ее конкурентоспособность
24. Экспертные методы получения маркетинговой информации
25. Кабинетные исследования как метод сбора информации
26. Анализ влияния макросреды на маркетинговую деятельность фирмы и рыночную ситуацию в целом
27. Маркетинговые исследования рекламы
28. Конкурентный анализ рынка
29. Маркетинговые исследования бренда
30. Маркетинговые исследования каналов распределения
31. Маркетинговые исследования товарной политики
32. Маркетинговые исследования ценовой политики
33. Маркетинговые исследования системы продвижения