**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинговые исследования | |
| **Направление подготовки** | 38.03.02 | Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг | |
| **Объем дисциплины** | 9 з.е. | |
| **Формы промежуточной аттестации** | Зачет  Экзамен  Курсовая 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:**  - Astra Linux Common Edition Договр № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018 (без ограничения срока действия)  - Microsoft Windows 10 Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017 (срок действия лицензии до 30.09.2020)  - Мой Офис стандартный Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017(без ограничения срока действия)  - IBM SPSS Statistics Base Edition Edition Campus Value Unit Term License Subscription and Support 12 Month Договор №33-ПО.2019 от 26.03.2019 г., Акт №Sk000236 от 02.04.2019  **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**  Общего доступа  - Справочная правовая система ГАРАНТ Договор № 58419 от 22 декабря 2015(без ограничения срока действия)  - Справочная правовая система Консультант плюс Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020 (срок действия лицензии до 01.10.2020) | | |
| **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

**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 влияния макросреды на маркетинговую деятельность фирмы и рыночную ситуацию в целом. | |
| 1. Анализ мерчандайзинга в торговых сетях | |
| 1. Анализ влияния рекламы на поведение молодых потребителей | |
| 1. Анализ поведения покупателей на рынке товаров (усдуг) | |
| 1. Анализ потребительских предпочтений молодежи | |
| 1. Анализ потребительских предпочтений посетителей | |
| 1. Анализ реакции рынка на изменение ситуации. | |
| 1. Изучение и прогнозирование покупательского спроса. | |
| 1. Изучение и прогнозирование покупательского спроса. | |
| 1. Влияние культурных и социальных факторов на поведение молодых потребителей на рынке | |
| 1. Исследование лояльности потребителей | |
| 1. Исследование отношения индивидуальных потребителей к компании (товару, услуге, бренду) | |
| 1. Исследование роли событийного маркетинга в повышении лояльности потребителей на рынке | |
| 1. Исследования результативности маркетинговой деятельности организации | |
| 1. Исследование возможностей социально-ответственного маркетинга на рынке | |
| 1. Исследование предпочтений молодежи на рынке книжной продукции | |
| 1. Изучение и прогнозирование покупательского спроса на рынке | |
| 1. Кабинетные исследования как метод сбора информации. | |
| 1. Конкурентный анализ рынка. | |
| 1. Маркетинговое исследование поведения молодежи на рынке товаров (услуг) | |
| 1. Маркетинговое исследование спроса на рынке товаров (услуг) | |
| 1. Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей | |
| 1. Маркетинговые исследования бренда. | |
| 1. Маркетинговые исследования восприятие брендов | |
| 1. Маркетинговые исследования каналов распределения. | |
| 1. Маркетинговые исследования потребителей с целью разработки программы продвижения | |
| 1. Маркетинговые исследования рекламы. | |
| 1. Маркетинговые исследования рынка товаров (услуг) | |
| 1. Маркетинговые исследования спроса | |
| 1. Маркетинговые исследования влияния на потребителей уровня цен и ассортимента товаров на рынке | |
| 1. Методика проведения и маркетинговое исследование рынка | |
| 1. Методика проведения маркетинговых исследований | |
| 1. Мониторинг цен на услуги (товары) | |
| 1. Фокус-группа в маркетинговых исследованиях. | |
| 1. Формирование маркетинговой информационной системы предприятия | |
| 1. Экспертные методы получения маркетинговой информации. | |

Аннотацию подготовил Т.Ж.Солосиченко

Н.Б. Изакова