

## Аннотация к дисциплине «Современные маркетинговые исследования»

**Цель** освоения дисциплины «Современные маркетинговые исследования» - формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся, характеризующих этапы освоения образовательной программы и формирование у студентов базовой системы знаний в области современных научных маркетинговых концепций и методов исследования, моделирования и прогнозирования развития рынка услуг в области физической культуры и спорта..

**Задачи**, решаемые в процессе преподавания учебной дисциплины:

- приобретение студентами знаний и умений, обеспечивающих достижение планируемых результатов по организационно-управленческому и научно-исследовательскому видам деятельности;

- изучение основных понятий в области маркетинговых исследований;

- обеспечение понимания студентами роли маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно в процессе маркетингового планирования;

- приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений исследований, формулированию рабочих гипотез исследований;

- изучение студентами основных принципов построения маркетинговой информационной системы в соответствии с информационными потребностями предприятия;

- обоснование выбора методов сбора, обработки и анализа информации и их практическое применение с учетом специфики исследуемых проблем;

- изучение методов и процедур комплексных маркетинговых исследований; методов и моделей прогнозирования спроса и рынка;

- формирование умений по использованию теоретических знаний в практике маркетинговых исследований, формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.