

## Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ							
Цель дисциплины	формирование знаний, умений и навыков проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа.							
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать необходимую теоретическую базу по дисциплине;</li> <li>- научить студентов проводить маркетинговые исследования и обрабатывать их результаты;</li> <li>- дать целостное представление о компонентах внешней и внутренней сред организации, методах изучения и анализа ситуации;</li> <li>- научить осуществлять комплексный анализ деятельности организации, её сильных и слабых сторон, а также её внешнего окружения.</li> </ul>							
Основные разделы дисциплины	Маркетинговые исследования. Ситуационный анализ.							
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е. / 144 академических часа							
	Семестр	Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Промеж. уточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
	5	6	10	-	-	92	36	144
ИТОГО:	6	10	-	-	92	36	144	