

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА
ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ СТУДЕНТОВ
«ИССЛЕДОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ»

1	Название курса по выбору студента	Исследования товарных рынков
2	Специальность	1- 26 02 03– «Маркетинг»
3	Курс обучения	1
4	Семестр обучения	2
5	Трудоемкость в зачетных единицах	2,5
6	Учена степень , звание, фамилия, имя, отчество преподавателя	Любецкий Павел Брониславович
7	Цели предлагаемого для изучения курса по выбору студента	<p>Раскрыть содержание методологии исследований товарных рынков и сформировать у будущих специалистов навыки в области разработки инструментов исследований и их эффективного использования в практической деятельности.</p> <p>Основными задачами дисциплины является формирование профессиональных компетенций в области: разработки программы исследования товарного рынка; подбора и использования наиболее эффективных методов сбора и анализа маркетинговой информации о параметрах исследуемого товарного рынка; обработки данных и интерпретации результатов исследований; прогнозирования конъюнктуры рынка на перспективу; разработки управленческих решений и комплекса действий для решения проблемы на основе результатов исследований.</p>
8	Содержание курса по выбору студента	<p>Рынок как объект исследования</p> <p>Конъюнктура рынка</p> <p>Емкость рынка</p> <p>Методы исследования рынка</p> <p>Исследования товаров</p> <p>Анализ доли рынка</p> <p>Сегментация рынка</p> <p>Прогнозирование развития рынка</p>
9	Рекомендуемая литература	<ol style="list-style-type: none"> 1. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И.К. Беляевский. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 320 с. 2. Дурович, А.П. Практика маркетинговых исследований: в 2 кн. / А.П. Дурович. - Минск: Изд-во Гревцова, 2008. - Кн. 1: Основные концепции и методы. - 256 с. 3. Дурович, А.П. Практика маркетинговых исследований: в 2 кн. / А.П. Дурович. - Минск: Изд-во Гревцова, 2008. - Кн. 2: Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации. - 400 с. 4. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2005. - 439 с. 5. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е. Токарев. – М.: Экономистъ, 2005. – 624 с. 6. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Т.Г. Зорина, М.А. Слонимская. – Минск: БГЭУ, 2010. – 411 с.
10	Методы преподавания	Объяснительно-иллюстративный, частично-поисковый (эвристический), информативно-сообщающий, объяснительный, инструктивно-практический, объяснительно-побуждающий, проблемного изложения, сравнительный
11	Язык обучения	Русский