|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Никитин С. А. Ассистент  | 2 курс  | 3 курс  | 4 курс  |
| Направление: «Маркетинговые исследования»  | 1. Основные методы маркетинговых исследований. 2. Поисковые маркетинговые исследования. 3. Итоговые маркетинговые исследования.  | 1. Инструменты количественных маркетинговых исследований. 2. Методы статистического и эконометрического анализа в маркетинговых исследованиях. 3. Методы кластерного и факторного анализа в маркетинговых исследованиях. 4. Методы нечетко-множественного анализа в маркетинговых исследованиях.  | 1. Количественные методы в маркетинговых исследованиях прогнозирования спроса на продукт. 3. Количественные методы в маркетинговых исследованиях сегментирования рынка. 4. Выявление социальных и психологических факторов, определяющих поведение потребителей. 5. Моделирование потребительского поведения на различных сегментах рынка.  |
| Направление: «Маркетинговые проекты»  | 1. Маркетинговые проекты: содержание и принципы создания.  | 1. Принципы управления маркетинговыми проектами. 2. Количественные методы в управлении маркетинговыми проектами.  | 1. Управление маркетинговыми проектами в организации. 2. Оптимизация управления маркетинговыми проектами. 3. Стратегический маркетинг и управление компанией.  |
| Направление: «Информационные технологии в маркетинге»  | 1. Роль и место информационных технологий в маркетинге.  | 1. Применение современных интернет- технологий в маркетинге. 2. Маркетинговые информационные системы.  | 1. Корпоративная маркетинговая информационная система. 2. Модели управления взаимоотношениями с клиентами. 3. Формирование системы управления взаимоотношениями с клиентами.  |