|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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. |