

## Цель освоения дисциплины

Получение основных в области принятий управленческих решений

## Краткое содержание дисциплины

Тема 1. Некоторые аспекты современной теории маркетинга. Изучение процесса принятия решений с точки зрения нейробиологии.

Тема 2. Потребительские исследования, часть 1. Типология, примеры исследовательских задач и способов их выполнения. Постановка задачи, разработка брифа.

Тема 3. Потребительские исследования, часть 2. Типология, примеры исследовательских задач и способов их выполнения. Разработка анкеты или гайда под задачу.

Тема 4. Потребительские инсайты. Определение, способы разработки, тестирование, использование в коммуникации.

Тема 5. Панельные исследования, часть 1. Методология, решаемые задачи, влияние на принятие решений, основные показатели, примеры отчётности, приёмы анализа.

Тема 6. Панельные исследования, часть 2, исследовательские фреймворки. Панель домохозяйств, трекинговые исследования. CJM (CEJ), Customer Development, Design Thinking.

**Язык преподавания:** русский

## Преподаватель



Рыбаков Александр Сергеевич

## Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,  
108 часов.

## Место дисциплины в учебном плане

Обязательная, первый триместр.

## Итоговый контроль

Проводится по дисциплине проводится в группового задания.