

Цель освоения дисциплины

Познакомить студентов с подходами к разработке исследовательских гипотез, а также с процедурой выбора методов и инструментов для их тестирования.

Краткое содержание дисциплины

1. Разработка исследовательских гипотез и формулировка исследовательских вопросов
2. Выбор методов и инструментов для тестирования гипотез, разработка дизайна исследования
3. Мастер-классы по практическим аспектам маркетинга и маркетинговых исследований в российских и международных компаниях
4. Предзащита результатов работы над исследованием в рамках магистерской диссертации

Язык преподавания: русский

Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы,
144 часа.

Место дисциплины в учебном плане

обязательная,
4 триместр

Итоговый контроль

Проводится в формате индивидуального устного выступления (с использованием слайдов)