

**СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
ПАКЕТОВ ПРИКЛАДНЫХ ПРОГРАММ****

Срок обучения	1 неделя / 36 учебных часов
Целевая аудитория	Руководящие работники органов государственной статистики, экономисты-аналитики и специалисты в области прогнозирования продаж.
Цель курсов	Знакомство с современными методами анализа данных, используемыми в маркетинговых исследованиях.

ПРОГРАММА

1. Стратегия и тактика эффективной деловой коммуникации.
2. Классификация основных методов статистического анализа, применяемых в маркетинговых исследованиях.
3. Исследование социально-экономических процессов в ППП SPSS и Statistica.
4. Описательный анализ и линейные распределения в ППП SPSS.
5. Дисперсионный анализ покупательского поведения потребителей.
6. Ассоциативный анализ взаимосвязи в маркетинговых исследованиях.
7. Простая и множественная линейная регрессия, процедуры пошагового отбора, реализованные в SPSS и Statistica.
8. Классификационный анализ респондентов и переменных в ППП Statistica.
9. Статистическое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг.
10. Круглый стол.

** Формируется ведомственная группа по согласованию (корпоративный формат).