

УДК 658.8(075)  
ББК 65.291.31  
ПЗ9

Рецензенты:

*Р. И. Чупин*, к.соц.н., ведущий менеджер  
по проектам и аналитике ООО «Стройсервис-Б»;

*Т. А. Лапина*, к.э.н., доцент кафедры  
«Региональная экономика и управление человеческими ресурсами»  
Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского

**Плотникова, Ю. С.** Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Ю. С. Плотникова ; Минобрнауки России, Ом. гос. техн. ун-т. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2021. – 1 CD-ROM (1,73 Мб). – Систем. требования: процессор с частотой 1,3 ГГц и выше ; 256 Мб RAM и более ; свободное место на жестком диске 300 Мб и более ; Windows XP и выше ; разрешение экрана 1024×768 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; Adobe Acrobat Reader 5.0 и выше. – Загл. с титул. экрана. – ISBN 978-5-8149-3323-2.

Рассмотрены теоретические, эмпирические и прикладные особенности маркетинговых исследований. Главное внимание уделено основным методам маркетинговых исследований в современной науке и практике, которые может самостоятельно реализовать специалист в сфере рекламы и связей с общественностью.

Учебное пособие адресовано обучающимся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Может представлять интерес для сотрудников СМИ, PR-служб, маркетинговых и рекламных агентств.

Редактор *М. А. Болдырева*

Компьютерная верстка *Л. Ю. Бутаковой*

*Для дизайна этикетки использованы материалы  
из открытых интернет-источников*

---

Сводный темплан 2021 г.

© ОмГТУ, 2021

Подписано к использованию 08.10.21.

Объем 1,73 Мб.