

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич
Должность: ректор
Дата подписания: 08.09.2023 12:58:04
Уникальный программный ключ:
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf27810

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра философии и социологии



Проректор по учебной работе
С.Г. Локтионова
_____ 2017 г.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методические рекомендации по подготовке
к семинарским занятиям
студентов направления подготовки 39.03.01 Социология

Курск 2017

УДК 316

Составитель: Л.В. Килимова

Рецензент

кандидат социологических наук, доцент О.О. Нишнианидзе

Маркетинговые исследования: методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Курск. Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: Л.В. Килимова. – Курск, 2017. – 40 с. – Библиогр.: с. 38-40.

В методических рекомендациях даны краткие указания по подготовке к семинарским (практическим) занятиям по дисциплине «Маркетинговые исследования» в соответствии с учебным планом направления подготовки 39.03.01 – Социология. Раскрыты планы семинарских занятий, разработаны задания и вопросы для самопроверки. Представлены вопросы для подготовки к экзамену.

Методические указания выполнены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 39.03.01 – Социология.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 10.11.17. Формат 60 x 84 1/16.

Усл. печ. л. 1,9. Уч.-изд. л. 1,8. Тираж 100 экз. Заказ 1780. Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

Цель дисциплины

Сформировать у студентов представления о практике организации и проведения маркетинговых исследований, о типах и методологических основах подобных исследований и их назначении, о методах и методиках качественных и количественных маркетинговых исследований, о способах применения полученных знаний в практической деятельности социолога, а также получение студентами необходимых знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины

- формирование представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований.
- описать факторы ценообразования маркетинговой услуги;
- описать пути работы с клиентами и прочими общественными группами;
- предоставление возможности овладения практическими навыками проведения простейших маркетинговых исследований.

Обучающиеся должны знать:

- базовые принципы проведения маркетинговых исследований;
- основные подходы и методы маркетинговых исследований;
- современные подходы и научные методы применяемых при проведении маркетинговых исследований;
- базовые принципы анализа полученной информации в ходе проведения маркетинговых исследований;
- основные принципы анализа полученной информации в ходе проведения конкретных маркетинговых исследований;
- методы социологического анализа первичной информации, полученной в ходе проведения конкретных маркетинговых исследований;
- базовые принципы планирования маркетинговых исследований;
- основные принципы планирования конкретных маркетинговых исследований;
- современные подходы к планированию конкретных маркетинговых исследований.

уметь:

– критически воспринимать и использовать базовые принципы маркетинговых исследований в процессе решения практических задач;

– обобщать и использовать основные подходы и методы маркетинговых исследований в процессе решения практических задач;

– анализировать и использовать современные подходы и научные методы маркетинга в процессе исследовательской деятельности;

– выявлять первичные данные в области маркетинга;

– отбирать, обрабатывать первичные данные маркетинговых исследований;

– осуществлять анализ первичных данных маркетинговых исследований для принятия конкретных решений в нестандартных ситуациях;

– осуществлять основные этапы планирования полевых маркетинговых исследований;

– осуществлять основные этапы конкретных маркетинговых исследований;

– осуществлять все этапы конкретных маркетинговых исследований для принятия конкретных решений в нестандартных ситуациях.

владеть:

– навыками применения базовых принципов при постановке цели;

– навыками анализа и применения основных подходов маркетинговых исследований при постановке цели;

– навыками критического анализа профессиональной информации и применения современных подходов и методов при постановке цели и ее достижения;

– базовыми навыками обработки первичных данных маркетинговых исследований;

– основными навыками обработки первичных данных маркетинговых исследований для подготовки аналитических отчетов;

– основными навыками обработки и анализа первичных данных маркетинговых исследований для подготовки аналитических отчетов и принятия аналитических решений;

– базовыми навыками планирования маркетинговых исследований;

– основными навыками планирования и осуществления маркетинговых исследований;

– основными навыками планирования и осуществления маркетинговых исследований и подготовкой практических рекомендаций для принятия решений в нестандартных ситуациях.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Конспектирование первоисточника.

Конспект (от лат. *conspicuum* — обзор, описание) — сложная запись содержания исходного текста, включающая в себя заимствования (цитаты) наиболее примечательных мест в сочетании с планом источника, а также сжатый анализ записанного материала и выводы по нему. Конспект — это краткий пересказ прочитанного или услышанного, воспроизведение его основного содержания с использованием общепринятых сокращений слов и словосочетаний. Цель создания конспекта - более глубокое изучение той или иной проблемы при подготовке к написанию более серьезной письменной работы или устного выступления по данной тематике.

Виды конспектов:

По объему конспекты разделяются на:

- краткий - совпадает по своей структуре и объему с планом,
- подробный - включает главную и дополнительную уточняющую информацию;

По количеству описываемых источников:

- монографический или текстуальный

Текстуальные конспекты охватывают материал в рамках одного источника. Порядок изложения материала в этом случае практически всегда соответствует его расположению в источнике.

- обзорный или тематический

Тематические конспекты включают в себя материал по определенной теме из нескольких источников, их отличие от

реферата состоит в меньшей степени структуризации записей. Перед составлением тематического конспекта необходимо изучить всю подобранную литературу.

Этапы работы над конспектом:

1) осмысление исходного текста: определение структуры конспектируемого материала, выявление в нем основных смысловых и структурных компонентов;

2) составление плана.

План конспекта может быть:

а) простой или сложный;

б) вопросный, тезисный, или цитатный.

3) отбор наиболее существенной информации в соответствии с планом и ее фиксация в виде тезисов, включающих в себя утверждения и выводы, их обоснование, и соответствующие цитаты;

4) анализ записей и их дополнение идеями, рассуждениями, доказательствами и собственными мыслями;

5) включение в конспект вспомогательного материала: фактов, примеров, цифр, ссылок, графиков, схем, таблиц, диаграмм;

6) формулирование и запись заключительных выводов.

Рекомендации по написанию конспекта:

1. На основе осмысления содержания прочитанного выделяются предложения - носители основной информации.

2. Выбранные предложения сокращаются или объединяются.

3. Определения научных понятий, формулировки законов, теоретических принципов фиксируются дословно.

4. Структурные части оригинального текста отображаются в конспекте.

5. Для внесения дополнений и пояснений целесообразно оставлять широкие поля.

6. Используются слова *много*, *многие* для замены перечисления однородных, однопорядковых названий.

7. Используется единая система сокращений и условных обозначений на протяжении всей записи. Слова сокращают по первым слогам или пропускают несколько букв в середине слова, вставляя вместо них дефис. Сокращать нужно на согласную букву перед гласной. Не используются сокращения на гласную, на мягкий и на твердый знак. В сложных словах начальная часть слова, включающая первый корень, записывается полностью, вторая часть

слова сокращается: немногочисленный — *немногочисл-ый*. В сложных словах, которые пишутся через дефис, каждая часть сокращается самостоятельно: северо-западный — *сев.-зап-ый*, социально-экономический — *соц.-экон-ий*. Не рекомендуется сокращать окончания, с помощью которых обозначаются признаки предметных отношений. Новые слова следует записывать полностью, пока они не войдут в активный запас.

8. Слова: *равно, неравно, больше, меньше, примерно, сумма, бесконечность, минута, длина, масса, время, температура, объем, скорость, сила, энергия* рекомендуется записывать с помощью математических и физических символов.

Правила оформления конспектов:

1. В титульной части указывается фамилия автора, полное название работы, исходные данные.

2. На каждой странице конспекта указывается страничный интервал источника.

3. Для обозначения наиболее существенной информации из текста-источника следует выделять ее особым шрифтом, подчеркиванием, маркировкой цветом, обрамлением и т. п.

4. Дополнительные записи на полях конспекта, графики, таблицы и рисунки оформляются по единым правилам.

Работу над любыми видами конспектов завершает просмотр зафиксированной информации, цель которого определить полноту выбора информации из исходного источника; качество фиксации выбранной информации; соответствие расположения зафиксированной информации определенной структуре письменной работы. По результатам просмотра делается вывод о необходимости внесения уточнений в список исходных источников информации.

Тема 1. Назначение, общая характеристика и классификация маркетинговых исследований

1. Содержание и значение маркетинговых исследований.
2. Область применения маркетинговых исследований и их роль в маркетинге.
3. Классификация маркетинговых исследований и их основные принципы.

Форма проведения занятия: вопросы 1-3 вопросно-ответная форма.

Задание:

1. На основе изученного материала составить схему «Классификация маркетинговых исследований».
2. Придумать примеры ситуаций, когда возникает потребность в маркетинговых исследованиях.

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.
2. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>
3. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.
4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.
5. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

6. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

7. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

8. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

9. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

10. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

11. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

12. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

13. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

14. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

15. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

16. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

17. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

18. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

Вопросы для самоконтроля:

1. Раскройте содержание и значение маркетинговых исследований.
2. Каким образом классифицируются маркетинговые исследования?
3. Опишите принципы маркетинговых исследований.

Тема 2. Направления и планирование маркетинговых исследований

1. Основные направления маркетинговых исследований:
 - а) исследование рынка;
 - б) исследование потребителей;
 - в) исследование конкурентов;
 - г) исследование фирменной структуры рынка;
 - д) исследование товаров;
 - е) исследование цены;
 - ж) исследование товародвижения и продаж;
 - з) исследование системы стимулирования сбыта и рекламы;
 - и) исследование внутренней среды предприятия
2. Классификация планов маркетинговых исследований:
 - а) план поискового исследования;
 - б) план итогового исследования.

Форма проведения занятия: вопросы 1, 2 вопросно-ответная форма.

Задание:

1. Составить схему «Основные направления маркетинговых исследований» с их краткой характеристикой.

2. Изучив учебную и научную литературу, заполнить таблицу «Планы маркетинговых исследований»:

№ п/п	Название плана / вида маркетингового исследования	Краткое описание
1.		
2.		
2.1.		
2.2.		
2.2.1.		
2.2.1.1.		
2.2.1.2.		
2.2.2.		
2.2.2.1.		
2.2.2.2.		

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.

2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.

3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>

4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.

5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.

6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корглугов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что является основанием выделения направлений исследований в маркетинге?

2. Какой вид исследования позволяет получить хозяйствующему субъекту информацию о рыночной конъюнктуре для определения ориентиров дальнейшего развития и принятия эффективных управленческих решений?

3. Результаты какого вида исследования позволят выбрать пути и возможности достижения наиболее выгодного положения на рынке относительно конкурентов?

4. Что включает в себя система показателей, используемых для проведения маркетинговых исследований?

5. Какие направления процедурных мероприятий включает в себя план маркетингового исследования?

Тема 3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований

1. Сущность и классификация маркетинговой информации.
2. Источники маркетинговой информации.
3. Маркетинговая информационная система.

Форма проведения занятия: вопрос 1 – доклад, вопросы 2,3 вопросно-ответная форма.

Задание:

1. Изучив учебную и научную литературу, составить схему «Классификация маркетинговой информации» с указанием краткой характеристики.

2. Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика источников информации»:

Критерии	Информация	
	первичная	вторичная

3. Изучив учебную и научную литературу, составить схему «Классификация МИС».

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.

2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.

3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>

4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая;

Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.

5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.

6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Коргилюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы принципы маркетинговой информации?
2. Что означает первичная и вторичная информация?
3. Раскройте внутренние и внешние источники информации.
4. Что предполагает и как устроена модель маркетинговой информационной системы Ф.Котлера?
5. Как устроена подсистема анализа маркетинговой информации?

Тема 4. Ситуационный анализ и основные методы проведения маркетинговых исследований (4 часа)

1. История и сущность SWOT анализа компании.
2. Ситуационный анализ (*SWOT-АНАЛИЗ*): методика проведения.
3. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований.
4. Этические аспекты маркетинговых исследований.

Форма проведения занятия: вопрос 1 – доклад, 2,3 вопросно-ответная форма. Вопрос 4 обсуждение в формате круглого стола.

Задание:

1. Изучив учебную и научную литературу, составить схему «SWOT-матрица».
2. Заполнить SWOT-матрицу, исследуемой организации.
3. Изучив учебную и научную литературу, заполнить таблицу: «Качественные и количественные методы маркетинговых исследований»:

Направление исследований	Цель исследований	Методы проведения
Качественные методы		
Количественные методы		

4. Изучив Международный профессиональный кодекс ICC/ESOMAR, составить мнемокарту «Основные этические аспекты маркетинговых исследований».

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.
2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.

3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>

4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.

5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.

6. Герчигова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчигова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчигова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчигова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корглигов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что позволяет выявить методика SWOT анализа?
2. Что может быть источниками информации для SWOT анализа компании?

3. Какие методы следует применить при исследовании динамики рынка?
4. Чем определяется выбор методов проведения маркетинговых исследований?
5. Что означает анализ протоколов и как он осуществляется?
6. Какие виды проекционного метода Вам известны?
7. Каковы достоинства и недостатки панелей?
8. Что в себя включает Международный профессиональный кодекс ESOMAR?

Тема 5. Основные методы проведения разведочных исследований

1. Качественные методы в разведочных исследованиях.
2. Прямые качественные методы.
3. Косвенные качественные методы.

Форма проведения занятия: вопросы 1-3 вопросно-ответная форма.

Задание:

1. К вопросам 1-3 составить мнемокарты.
2. Изучив учебную и научную литературу, заполнить таблицу «Достоинства и недостатки качественных методов маркетинговых исследований» с учетом их классификации.

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.
2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.
3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>

4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.

5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.

6. Герчигова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчигова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчигова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчигова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Коргилюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы причины применения качественного метода исследования?

2. В чем заключается сущность метода фокус-группа?

3. Какие Вы знаете специальные методы проведения маркетинговых исследований?

Тема 6. Основные методы проведения дескриптивных исследований

1. Методы опроса:

- а) сущность, достоинства и недостатки опросных методов;
- б) методы опроса по телефону;
- в) личный опрос;
- г) почтовый опрос;
- д) электронный опрос.

2. Методы наблюдения:

- а) личное наблюдение;
- б) наблюдение с использованием технических средств;
- в) аудит;
- г) контент-анализ;
- д) анализ следов.

Форма проведения занятия: вопросы 1, 2 вопросно-ответная форма.

Задание:

1. Изучив учебную и научную литературу, заполнить таблицу, опираясь на схему классификации основных методов опроса.

№ п/п	Название метода	Достоинства	Недостатки
1.	Опрос по телефону		
1.1.			
1.2.			
2.	Личный опрос		
2.1.			
2.2.			
2.3.			
3.	Почтовый опрос		
3.1.			
3.2.			
4.	Электронный опрос		
4.1.			
4.2.			

2. Изучив учебную и научную литературу, заполнить таблицу, опираясь на схему классификации основных методов наблюдения.

№ п/п	Название метода	Достоинства	Недостатки
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.

2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.

3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>

4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.

5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.

6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корглиюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое хоум-тест (home test) и какова его область применения?
2. Каково назначение холл-теста?
3. Каковы особенности аудита потребительских запасов?
4. Область применения метода анализа следов?
5. Какие механические устройства можно применять при наюлбдении?

Тема 7. Каузальное маркетинговое исследование

1. Причинно-следственная (каузальная) связь.
2. Достоверность эксперимента.
3. Классификация моделей эксперимента.

Форма проведения занятия: вопросы 1-3 вопросно-ответная форма.

Задание:

1. К вопросам 1,3 составить мнемокарты.
2. Изучив учебную и научную литературу, заполнить таблицу «Модели эксперимента» с указанием их краткого описания.

№ п/п	Название метода	Достоинства	Недостатки
1.	Предварительные эксперименты		
1.1.			
1.2.			
1.3.			
2.	Действительные эксперименты		
2.1.			
2.2.			
2.3.			
3.	Псевдо-эксперименты		
3.1.			
3.2.			
4.	Статистические эксперименты		
4.1.			
4.2.			
4.3.			

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.

2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.

3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>

4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.

5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.

6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корглугов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое причинно-следственная связь в маркетинговых исследованиях?

2. Какие условия необходимо соблюсти для заключения вывода о наличии каузальной зависимости?

3. Какие две цели ставит перед собой исследователь при проведении эксперимента?

4. Что такое внутренняя и внешняя достоверности?

5. Какие факторы способны нарушить внутреннюю достоверность?

6. Какова классификация моделей эксперимента?

Тема 8. Обработка данных, полученных при проведении маркетинговых исследований

1. Подготовка и первичная обработка данных.

2. Базовый анализ данных:

- а) базовый анализ данных средствами MS Excel;
 - б) частотные распределения;
 - в) кросс-табуляция;
 - г) проверка гипотез о различиях между долями и между средними значениями.
3. Методы дополнительного анализа данных.

Форма проведения занятия: вопросы 1, 2 вопросно-ответная форма; вопрос 3 в формате круглого стола.

Задание:

- 1. Изучив учебную и научную литературу, подготовьте презентацию на тему: «Базовый анализ данных».
- 2. Изучив учебную и научную литературу, подготовьте презентацию на тему: «Методы дополнительного анализа данных».

Рекомендательный список литературы

- 1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.
- 2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.
- 3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>
- 4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.
- 5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.
- 6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.

7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.

8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корглугов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы принципы подготовки данных к анализу?
2. Назовите основные принципы первичной обработки данных?
3. В чем заключается компьютерная проверка данных и их статистическое выравнивание?
4. Что такое кросс-табуляция?
5. Как произвести расчет частотных распределений?
6. Каковы принципы и назначение некоторых методов углубленного анализа данных?

Тема 9. Подготовка итогового отчета о проведенном маркетинговом исследовании

1. Подготовка отчета.
2. Устная презентация.
3. Чтение отчета о маркетинговых исследованиях.

4. Поддержка клиента и оценка эффективности проекта.

Форма проведения занятия: вопросы 1-4 в формате круглого стола.

Задание:

1. Провести разведывательное маркетинговое исследование.
2. Подготовить отчет и презентацию, самостоятельно проведенного маркетингового исследования.

Рекомендательный список литературы

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.
2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.
3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>
4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.
5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.
6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.
7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.
8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.

9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корглиюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы этапы подготовки отчета маркетингового исследования?
2. Что такое сопроводительное письмо, и каково его назначение?
3. Что в себя включает план маркетингового исследования?
4. Какие материалы включают в приложения к отчету маркетингового исследования?
5. Каково назначение табличного и графического материалов в отчете маркетингового исследования?

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Содержание и значение маркетинговых исследований.
2. Область применения маркетинговых исследований и их роль в маркетинге.
3. Классификация маркетинговых исследований по области применения.
4. Классификация маркетинговых исследований по области применения.
5. Принципы маркетинговых исследований.
6. Основные направления маркетинговых исследований.
7. Основные направления маркетинговых исследований.

8. Общая характеристика плана поискового исследования.
9. Общая характеристика плана дескриптивного исследования.
10. Общая характеристика плана каузального исследования.
11. Сущность и классификация маркетинговой информации.
12. Источники маркетинговой информации.
13. Маркетинговая информационная система.
14. Ситуационный анализ. (*SWOT-АНАЛИЗ*).
15. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований.
16. Этические аспекты маркетинговых исследований.
17. Качественные методы в разведочных исследованиях.
18. Прямые качественные методы в разведочных исследованиях: фокус-группа.
19. Прямые качественные методы в разведочных исследованиях: глубинное интервью.
20. Косвенные качественные методы в разведочных исследованиях: проекционные методы.
21. Косвенные качественные методы в разведочных исследованиях: специальные методы.
22. Методы опроса в дескриптивных исследованиях: опросы по телефону.
23. Методы опроса в дескриптивных исследованиях: личные опросы.
24. Методы опроса в дескриптивных исследованиях: почтовые и электронные опросы.
25. Методы наблюдения в дескриптивных исследованиях.
26. Методы наблюдения в дескриптивных исследованиях.
27. Сравнительная оценка методов наблюдения.
28. Причинно-следственная (каузальная) связь.
29. Достоверность эксперимента.
30. Классификация моделей эксперимента: предварительный эксперимент.
31. Классификация моделей эксперимента: действительный эксперимент.
32. Классификация моделей эксперимента: псевдоэксперимент.
33. Классификация моделей эксперимента: Статистический эксперимент.
34. Факторы, ограничивающие возможности эксперимента.
35. Подготовка отчета маркетингового исследования.

36. Устная презентация маркетингового исследования.
37. Чтение отчета и оценка маркетинговых исследований.
38. Поддержка клиента и оценка эффективности проекта.

Рекомендуемая литература

1. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: учебное пособие / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 320 с.
2. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков [Текст] / И.С. Березин. – М.: Русская деловая литература, 2008. – 416 с.
3. Бун, Л. Современный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Л. Бун, Д. Куртц; пер. В.Н. Егоров. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118139>
4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 570 с.
5. Галицкий, Е.Б. Методы маркетинговых исследований [Текст] Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. – 398 с.
6. Герчикова, И.Н. Маркетинг (методические рекомендации по организации маркетинговых исследований) [Текст] / И.Н. Герчикова. В 2-х ч. – М.: АО Факт, 2001.
7. Герчикова, И.Н. Менеджмент. Практикум [Текст]: Учебн. пособие для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 335 с.
8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2008, 416 с.
9. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Коротков. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>
10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2008. – 896 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).

11. Кудрявцев, К.П. Использование SPSS в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / К.П. Кудрявцев. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 56 с. – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87026>

12. Максименко, А.А., Пичугина, Е.Г. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2013. – 140 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=275641

13. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхотра, 3-е изд./ Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 960 с.: ил. – Парал. тит. англ.

14. Маркетинг [Текст]: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Коргилюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.

15. Маркетинговые исследования [Текст] / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2008 – 304 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

16. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник / Романенкова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с.

17. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технический университет, 2014. – 248 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439278

18. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / А. В. Нетёсова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156>

19. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга [Электронный ресурс] / В.Е. Новаторов. – Омск: Омский государственный университет, 2011. – 244 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237487>

20. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.А. Скворцова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029>

21. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб.

и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

22. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2008 – 752 с.: ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

23. Энджел, Д., Блэкуэлл, Р., Миниард, П. Поведение потребителей [Текст] / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2008.