

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич
Должность: ректор
Дата подписания: 12.03.2025 15:34:46
Уникальный программный ключ:
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781915bce730d2374d16f3c0ce5360fca

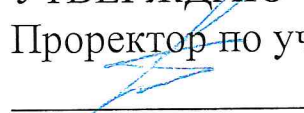
МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

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

Кафедра философии и социологии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


О. И. Локтионова

« 5 » 03



МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

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

Курск 2025

УДК 316

Составитель: Л.В. Килимова

Рецензент

доктор социологических наук, доцент А.П. Абрамов

Маркетинговые исследования: методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Курск. Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: Л.В. Килимова. – Курск, 2025. – 38 с. – Библиогр.: с. 36-38.

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 5.03. Формат 60 x 84 1/16.

Усл. печ. л. 2,21. Уч.-изд. л. 2,0. Тираж экз. Заказ 285. Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

17. 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>

18. 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>

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

20. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

Вопросы для самоконтроля:

1. Раскройте содержание и значение маркетинговых исследований.
2. Каким образом классифицируются маркетинговые исследования?
3. Опишите принципы маркетинговых исследований.
4. Что является объектом и предметом маркетинговых исследований?
5. Перечислите задачи, стоящие перед маркетинговыми исследованиями.
6. Охарактеризуйте этапы развития маркетинговых исследований?
7. Каковы роль и значение маркетинговых исследований?
8. Назовите основные направления 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. 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.
21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25. 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?

6. Что представляет собой план маркетингового исследования?

7. Как классифицируются планы маркетингового исследования по исследовательскому дизайну?

8. Что является потенциальными источниками ошибок?

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. 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. Корглиугов, 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25. 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?
6. Чем является информация для маркетинг-менеджмента?
7. В чем состоят особенности маркетинговой информации?
8. Какие мировые тенденции оказывают влияние на ценность 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. Корглиугов, 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25. 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. 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25. 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?
4. Чем отличаются количественные исследования от качественных?
5. Какие качественные методы относятся к проекционным методам?
6. Какие разновидности фокус-групп существуют?

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. 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата

обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25.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 бналюдении?
- 6.Каковы преимущества и недостатки опроса?
- 7.Охарактеризуйте методы опроса по телефону.
- 8.При каких условиях проводят холл-тесты?

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. 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25. 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?

7. Что означает сопутствующая вариация?
8. Какие факторы способны ограничить возможности 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. 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. Корглиугов, 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата

обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25.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. Корглиугов, 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

25. 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. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.

21. 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>

22. 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>

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

24. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

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