

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Маркетинг»
протокол № 11 от 26.06.2017 г.
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата),

Автор(ы):

д.э.н., проф. кафедры «Маркетинг» Филонич В.В.
(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема 1. Методические основы маркетинговых исследований.

Задания для семинарского занятия

1. Сущность маркетинговых исследований.
2. История развития маркетинговых исследований.
3. Классификация маркетинговых исследований.
4. Методы исследования в маркетинге..

Задания для самостоятельной работы

1. Основные направления исследований.
2. Основные принципы маркетинговых исследований.
3. Процесс маркетинговых исследований

Тема 2. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях.

Задания для семинарского занятия

1. Технология проведения маркетингового исследования на предприятиях.
2. Методы реализации маркетинговых исследований.
3. Характеристика особенностей коммерческой деятельности.
4. Процесс планирования новой продукции.

Задания для самостоятельной работы

1. Комплексное исследование рынка.
2. Прогноз товарного рынка.
3. Сущность метода экспертных оценок «Дельфи».
4. Показатели для деятельности фирм-конкурентов.

Тема 3. Информационное обеспечение в маркетинге.

Задания для семинарского занятия

1. Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге.
2. Виды сбора информации.
3. Определение внешних субъектов маркетинговых исследований.
4. Внутренние субъекты маркетинговых исследований.

Задания для самостоятельной работы

1. Услуги в сфере маркетинговых исследований.
2. Фирменные маркетинговые исследования.

Тема 4. Разработка плана маркетингового исследования.

Задания для семинарского занятия

1. Сущность и процесс планирования маркетинговых исследований.
2. План маркетинговых исследований.
3. Поисковое исследование.
4. Причинно-следственное исследование.

Задания для самостоятельной работы.

1. Deskриптивное исследование.
2. Определение панели.
3. Преимущества и недостатки панелей.

Тема 5. Процесс выборки.

Задания для семинарского занятия

1. Общие понятия, принципы применения выборочных методов в эмпирических маркетинговых исследованиях.
2. Методы вероятной выборки.
3. Методы невероятностной выборки.
4. Многоступенчатая выборка.
5. Отличительные черты простой случайной выборки.

Задания для самостоятельной работы

1. Определение объема выборки.
2. Сущность методов: типичных представителей, квотной и гнездовой выборки, метода смежного кома.
3. Проблемы доступа к спискам генеральной совокупности.

Тема 6. Методы анализа данных.

Задания для семинарского занятия

1. Формы первичного маркетингового исследования.
2. Преимущества и недостатки устного опроса.
3. Метод экспертных оценок.
4. Этапы проведения экспертизы.
5. Анализ и прогнозирование рыночной деятельности.
6. Анализ маркетинговых рисков.

Задания для самостоятельной работы

1. Анкета и анкетирование.
2. Требования к формированию вопросов анкеты.
3. Исследование поведения потребителей.
4. Ранжирование объектов.
5. Виды прогнозов в маркетинговых исследованиях.

Тема 7. Обработка и анализ маркетинговой информации.

Задания для семинарского занятия

1. Подготовка данных для маркетинговой информации.
2. Типы шкал в маркетинговых исследованиях.
3. Анализ вариационных рядов. Табулирование маркетинговых данных.
4. Методы корреляционного и регрессионного анализа.

Задания для самостоятельной работы

1. Сводки и группировки данных.
2. Ряды распределения маркетинговой информации.
3. Средние значения и стандартные ошибки исследований.

Тема 8. Прикладные маркетинговые исследования.

Задания для семинарского занятия

1. Подготовка данных к анализу. Принципы создания категорий.
2. Назначение ручной и машинной табуляции.
3. Анализ сегментов рынка.
4. Исследование эффективности рекламы.

5. Методы оценки коммуникационной эффективности рекламы.
6. Расчетные методы коммуникационной эффективности.

Задания для самостоятельной работы

1. Исследования рынка.
2. Методы сегментации рынка.
3. Методы исследования и измерения спроса.
4. Коэффициент частной регрессии. Коэффициент корреляции.
5. Исследование цены и ценовой эластичности.

Тема 9. Отчет о маркетинговых исследованиях.

Задания для семинарского занятия

1. Назначение и цели маркетингового отчета.
2. Значение составляющих критериев оценки отчета.
3. Письменный отчет.
4. Устный отчет (презентация отчета).

Задания для самостоятельной работы

1. Отличие заключения от рекомендаций.
2. Структура отчета.
3. Графическое представление отчета.
4. Действия после завершения презентации отчета.