

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Для студентов дневного отделения направления подготовки 44.03.04 «Профессиональное обучение» профиль «Медиакоммуникации»

Разработчик

к. фил. н.

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы

Т.Б. Кольшкينا

1. Общие требования к организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов осуществляется путем:

- подготовки теоретических вопросов по соответствующим разделам дисциплины и темам лекционных занятий;
- решения прикладных практических задач по соответствующим разделам курса;
- подготовки научных выступлений (презентаций) по практическим вопросам, рассматриваемым в процессе изучения дисциплины.

2. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 368 с.
2. Методы оценки в рекламной практике: учебное пособие / сост. Т.Б. Кольшкينا. - Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. - 49 с.
3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 315 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс) (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

б) дополнительная литература

1. Щепкина Е.В. Маркетинговые исследования в рекламе: учеб.-метод. пособие для студентов, обучающихся по спец. 032401.65 - реклама. - М.: МГУП, 2009.
2. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие. / Г.А. Васильев, В.А. Поляков - М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2012. - 276 с.
3. Соловьев Б.А. и др. Маркетинг. - М., ИНФРА-М, 2011, 336 с.
4. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалин Л.Н. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2005.
5. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 304 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс) (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

3. Требования к итоговой аттестации студентов

Изучение дисциплины завершается экзаменом, на котором проверяется усвоение основного содержания дисциплины, оценивается степень сформированности компетенций, связанных с проектной, организационно-управленческой, коммуникативной, исследовательской деятельностью в области рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для итоговой аттестации по курсу (экзамен)

1. Сущность и содержание аналитической функции маркетинга.

2. Понятие, значение и основные направления маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации.
3. Правила проведения и процедура маркетингового исследования.
4. Основные этапы проведения маркетингового исследования.
5. Выбор методов проведения маркетинговых исследований
6. Виды и источники маркетинговой информации. Требования, предъявляемые к информации: «кабинетные», «полевые», «панельные» исследования.
7. Первичные и вторичные данные исследований. Качественные и количественные данные.
8. Разработка плана сбора первичных данных. Процедура выборки.
9. Вторичная информация. Источники вторичной информации.
10. Первичная информация. Методы сбора первичной информации.
11. Измерения в маркетинговых исследованиях. Типы вопросов
12. Способы связи с аудиторией, виды опросов, порядок составления анкет.
13. Методы маркетинговых исследований. Анкетирование.
14. Типы вопросов, используемых в анкетах, их преимущества и недостатки
15. Методы маркетинговых исследований. Фокус-группа.
16. Методы маркетинговых исследований. Наблюдение.
17. Методы маркетинговых исследований. Эксперимент.
18. Преимущества и недостатки основных методов сбора первичных данных (наблюдение, эксперимент, опрос)
19. Понятие, задачи и структура комплексного исследования рынка.
20. Изучение и анализ условий рынка. Понятие экономической конъюнктуры и конъюнктурообразующих факторов.
21. Емкость и доля рынка. Оценка конкурентных позиций предприятия.
22. Понятие и значение сегментации рынка. Этапы рыночной сегментации.
23. Характеристика признаков и критериев сегментации рынка.
24. Поведение потребителей, принципы и методы его изучения. Модель покупательского поведения.
25. Характеристика социальных и психологических факторов, определяющих поведение потребителей.
26. Характеристика факторов культурного порядка и личностных факторов, определяющих поведение потребителей.
27. Характеристика основных теорий, объясняющих поведение потребителей (теории мотивации, предельной полезности, рационального потребления). Типология потребителей.
28. Моделирование процесса покупки. Этапы процесса принятия решений о покупке. Особенности покупки товаров-новинок.
29. Требования к отчету о проведении маркетингового исследования.
30. Маркетинговые исследования при разработке и проведении рекламной кампании.
31. Исследования на этапе разработки концепции товара.
32. Исследования на этапе разработки рекламного продукта.

4. Контрольная работа

Контрольные вопросы

1. Какие основные этапы включает в себя проведение маркетингового исследования?
2. Какие маркетинговые исследования называются полевыми, какие кабинетными?
3. Почему исследования начинают со сбора вторичных данные и только потом переходят к сбору первичных?
4. Какие существуют методы качественного и количественного следования?
5. Что такое генеральная совокупность и выборка?

б. В чем заключаются преимущества и недостатки использования открытых вопросов в анкете по сравнению с закрытыми вопросами?

Задача 1. Формулировка вопросов анкеты

Начинающий маркетолог составляет анкету для исследования. Правильно ли сформулированы следующие вопросы? Какие ошибки вы видите?

Пример решения

Вопрос анкеты	Ошибка
Часто вы пьете кофе: часто не часто не пью	«Часто» понятие относительное, для кого-то часто пить кофе — 2 раза в день, для кого-то — 5 раз
Сколько денег вы тратите на продукты питания в месяц: меньше 10 000 руб. 10 000 – 20 000 руб. более 20 000 руб.	Неправильная шкала вариантов ответов – некоторые значения пересекаются, респондент будет испытывать затруднение при заполнении такой анкеты. Кроме того, будет нарушение в распределении ответов респондентов, которые тратят в месяц на продукты питания 10 000 руб.
Когда вы съели свой первый гамбургер?	Мало кто вспомнит, когда он съел первый гамбургер. Кроме того, эту информацию сложно использовать в дальнейшем

Вариант 1

1. Хорошо ли ведут себя ваши дети в летнем лагере:

- да;
- нет.

2. Правильно ли, по вашему мнению, лишать своего ребенка возможности взрослеть, набираясь жизненного опыта в летнем лагере?

3. Являетесь ли вы активным или пассивным сторонником пребывания своих детей в летнем лагере?

4. Сколько лагерей прислали вам свои рекламные буклеты в апреле прошлого года? В апреле этого года?

5. Каковы ваши доходы в месяц (с точностью до сотни рублей)?

Задача 2

Каждый из приведенных ниже вопросов имеет, по крайней мере, один недостаток в том, что касается стиля или формы. Вы должны обнаружить недостатки каждого вопроса, а затем сформулировать его так, чтобы он соответствовал требованиям хорошо составленных вопросов.

а) Сколько у вас домашних животных, и какого они возраста?

б) Какой у вас сейчас автомобиль?

в) Каждый, с кем мы проводим интервью, должен назвать сумму своего дохода для того, чтобы мы смогли в дальнейшем классифицировать ответы. К какой из названных категорий относится ваш общий годовой доход после уплаты налогов?

менее 10 тыс. руб.

(1)

10-25 тыс. руб.

(2)

25-28 тыс. руб.

(3)

28-30 тыс. руб.

(4)

более 30 тыс. руб. (5)

d) Какое из следующих определений лучше всего отражает степень вашего согласия или несогласия с утверждением: «Подавляющее большинство американских корпораций заботятся о состоянии окружающей среды».

- Абсолютно согласен (1)
- Согласен (2)
- Не могу сказать определенно (3)
- Скорее не согласен (4)
- Абсолютно не согласен (5)

e) В какой мере вы планируете купить новый автомобиль в течение следующих 12 месяцев? Да _____ (1) Нет _____ (2)

f) Многих родителей очень волнует вопрос, смогут ли они оплатить учебу своих детей в вузе, и поэтому они стараются откладывать ежегодно определенную сумму. Какую сумму в среднем вы можете откладывать ежегодно для того, чтобы дать образование своим детям? Прочитайте все варианты ответов, отметьте только один.

- Меньше 1 тыс. долл. (1)
- 1-2,5 тыс. долл. (2)
- 2,5-5 тыс. долл. (3)
- 5-7,5 тыс. долл. (4)
- 7,5 тыс. долл. и более (5)

g) Какое из следующих определений лучше всего отражает степень вашего согласия или несогласия с утверждением: «Реклама пива дает совершенно непривлекательный социальный портрет женщины». Прочитайте все варианты ответов. Поставьте отметку напротив выбранного вами варианта.

- Абсолютно согласен (1)
- Согласен (2)
- Затрудняюсь ответить (3)
- Скорее не согласен (4)
- Абсолютно не согласен (5)

h) Как часто вы моете голову шампунем? Прочитайте все варианты ответов. Поставьте отметку напротив выбранного вами варианта.

- Очень часто (1)
- Часто (2)
- Иногда (3)
- Нечасто (4)
- Очень редко (5)

i) Расставьте по порядку пять марок безалкогольных напитков так, чтобы отобразить степень своих предпочтений.

- Coca Cola (1)
- Dr. Pepper (2)

Pepsi Cola	(3)
Seven Up	(4)
Sunny Delight	(5)

Задача 3

Quicko Baking Company воспользовалась проведенными ранее исследованиями, чтобы определить четыре важнейших свойства теста для пирожных: легкость в приготовлении, консистенция, цвет и запах. Компания *Quicko* должна теперь решить, какое из этих четырех свойств *наиболее* важно для целевого потребителя при приобретении теста. Воспользуйтесь следующими типами вопросов для определения наиболее важных свойств теста:

- a) ранжирование;
- b) оценочная шкала в виде перечня пунктов;
- c) графическая оценочная шкала;
- d) шкала семантического дифференциала;
- e) шкала Стейпела;
- f) шкала Ликерта;
- g) шкала постоянной суммы.

Задача 2. Составление анкеты

Вариант 1

Составьте анкету, целью которой является оценка востребованности такой услуги, как мойка автомобилей в текущем году. Следует спрогнозировать емкость данного рынка, описать основных потребителей данной услуги, основные факторы, влияющие на покупку данной услуги.