

УДК 339.13
ББК 65.42
С43

Авторы:

Е. Н. Скляр — кандидат экономических наук, доцент;
Г. И. Авдеенко — кандидат юридических наук, доцент;
В. А. Алексунин — кандидат экономических наук, профессор.

Рецензенты:

Т. Н. Парамонова — доктор экономических наук, профессор;
Н. М. Горбов — доктор экономических наук, профессор.

Скляр Е. Н.

С43

Маркетинговые исследования: Практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 3-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. — 214 с.

ISBN 978-5-394-04349-9

В практикуме рассматриваются вопросы организации самостоятельной работы студентов как на семинарских и практических занятиях под руководством преподавателя, так и во внеаудиторное время. Он содержит задачи для самостоятельного решения, проблемные ситуации, примеры решения типовых задач, контрольные тесты, объединенные по темам курса.

Для проведения практических и семинарских занятий со студентами бакалавриата, обучающимися по направлениям подготовки «Менеджмент» и «Торговое дело».



9 785394 043499 >



Подписано в печать 10.12.2020. Формат 60×84 1/16.
Печать офсетная. Бумага газетная. Печ. л. 13,5.
Тираж 100 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732
Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-04349-9

© Скляр Е. Н., Авдеенко Г. И.
Алексунин В. А., 2010

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2010

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ, ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ, ДЕЛОВЫЕ ИГРЫ, КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ, ПРИМЕРЫ РЕШЕНИЯ ТИПОВЫХ ЗАДАЧ	7
ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	8
Тема 2. ВИДЫ, ИСТОЧНИКИ И МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ	21
Тема 3. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ	58
Тема 4. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД СБОРА ИНФОРМАЦИИ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА И ПРОЦЕДУРЫ ВЫБОРКИ	66
Тема 5. ФОРМА ДЛЯ СБОРА ДАННЫХ	80
Тема 6. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	98
Тема 7. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ПЛАНА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	116
КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ	136

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	149
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	150
ГЛОССАРИЙ	155
ПРИЛОЖЕНИЯ:	
1. Бриф на проведение маркетингового исследования по методу “Таинственный покупатель”	171
2. Образец кодировочного бланка для контент-анализа рекламы	176
3. Примерный перечень вопросов для глубинного интервью	179
4. Доверительные интервалы для различных объемов выборки и ожидаемой 1-й доли (доверительный уровень равен 95%)	181
5. Форма для проведения наблюдения	182
6. Анкета для опроса покупателей копченых колбас	184
7. Предварительная заявка-бриф на проведение маркетингового исследования	187
8. Бланк структурированного наблюдения	190
9. Анкета для опроса покупателей косметических товаров ...	191
10. Анкета для опроса покупателей молочной продукции	196
11. Результаты структурированного наблюдения в читальных залах	207
12. План маркетинговых исследований	211
13. Таблица случайных чисел	213