

# МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕМИНАР 1

# Коммуникация по дисциплине

- [Grineva.OO@rea.ru](mailto:Grineva.OO@rea.ru)
- Пт, 15.30-17.10
- Группа ВК
- Телеграм канал #DailyMarketingNews – опционально
- *Мейл группы / контакты старосты*

Моя страница

Новости

Сообщения

Друзья

Сообщества

1

Фотографии

Музыка

Видео

Игры

VK Pay

Товары

1

Документы

Реклама

Разработчикам

## Маркетинговые исследования и Ситуационный анализ



Напишите что-нибудь...



Все записи

Записи сообщества



Ольга Гринева

8 минут назад



Лекция 1



МИ Лекция 1 Введение.pdf

6 МБ



- 
Daily Marketing News ✓ 21:33  
 Как заработать миллиарды на миллионах. Россия не уходит в онлайн-кинотеатры <https://secret...>
- 
Сухарева башня 21:27  
 В пятницу 13 сентября Сатурн остановится, чтобы развернуться с попятного движения на прям...
- 
Check ROI - интернет-маркетинг, продажи и лайфхайки 21:19  
 Вы получаете рассылку статей из нашего блога? Нет? А зря. Она простая, красивая, ненавязчив...
- 
Мне интересно ✓ 21:18  
 В продолжении темы про профессию и карьеру e-learning специалиста. Хороший пост с отличн...
- 
Персональный бренд 21:04  
 Давно не было рубрики #историиперсональномбренде, исправляемся. На этот раз - история ...
- 
Mindful Birds 20:59  
 На прошлой неделе провела занятия практикой внимательности в рамках запускной недели в ...
- 
SecretMag (deprecated) 20:51  
 Российский бизнесмен хочет продавать лекарства под брендом «Горижона» <https://secretmag.r...>
- 
Тренды образования 20:50

Карта состоит из четырех квадрантов, в которых можно проследить, какие компетенции скоро потеряют свою актуальность, а какие станут востребованы в ближайшие 8 лет. 1916 20:06

11 сентября

### Daily Marketing News

Переслано из Зверская подборка

Антикризисный PR — что может быть интереснее?...

Теория хаоса: громкие PR-провалы зарубежных компаний, которые все обсуждают

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/pr-fails/>

#### Think with Google

Теория хаоса: громкие PR-провалы зарубежных компаний, которые все обсуждают

Crock-Pot, Gucci, Gillette и H&M



#DAILYMARKETINGNEWS

# Ответственность сторон

- БРС
- Личная мотивация / включенность
- В чем может быть сложность курса

# Индивидуальное письменное домашнее задание на первый семинар.

- Найти информацию об услугах, предоставляемых 5-ю различными агентствами МИ (по web-сайтам)
- Провести **анализ** этих услуг **используя терминологию курса** и выработать рекомендации для компании, которая предполагает выйти на российский рынок с новым продуктом, кто из этих компаний может предоставить наиболее достоверную информацию о целевом сегменте рынка. Используйте терминологию курса (слайд 30, 36-38).
- **Анализ** и рекомендации следует оформить в виде аналитической записки с указанием названия работы, автора и его реквизитов.



# Итоговая оценка.

Итоговая максимальная оценка 100 баллов за весь курс:

- До 20 баллов за посещение лекций, работу на семинарах и модульный тест
- Контрольная работа в конце первого модуля 20 баллов
- Творческий рейтинг (проект) до 20 баллов
- Экзамен - до 40 баллов

# В ЧЕМ РАЗЛИЧИЯ

Что это?: Маркетинговые исследования  
и другие виды исследований.



# Что это?: Маркетинговые исследования Marketing research.

*Американская ассоциация маркетинга:*

Маркетинговые исследования – это **управленческая функция**, которая связывает производителей с рынком через информацию, которая используется для:

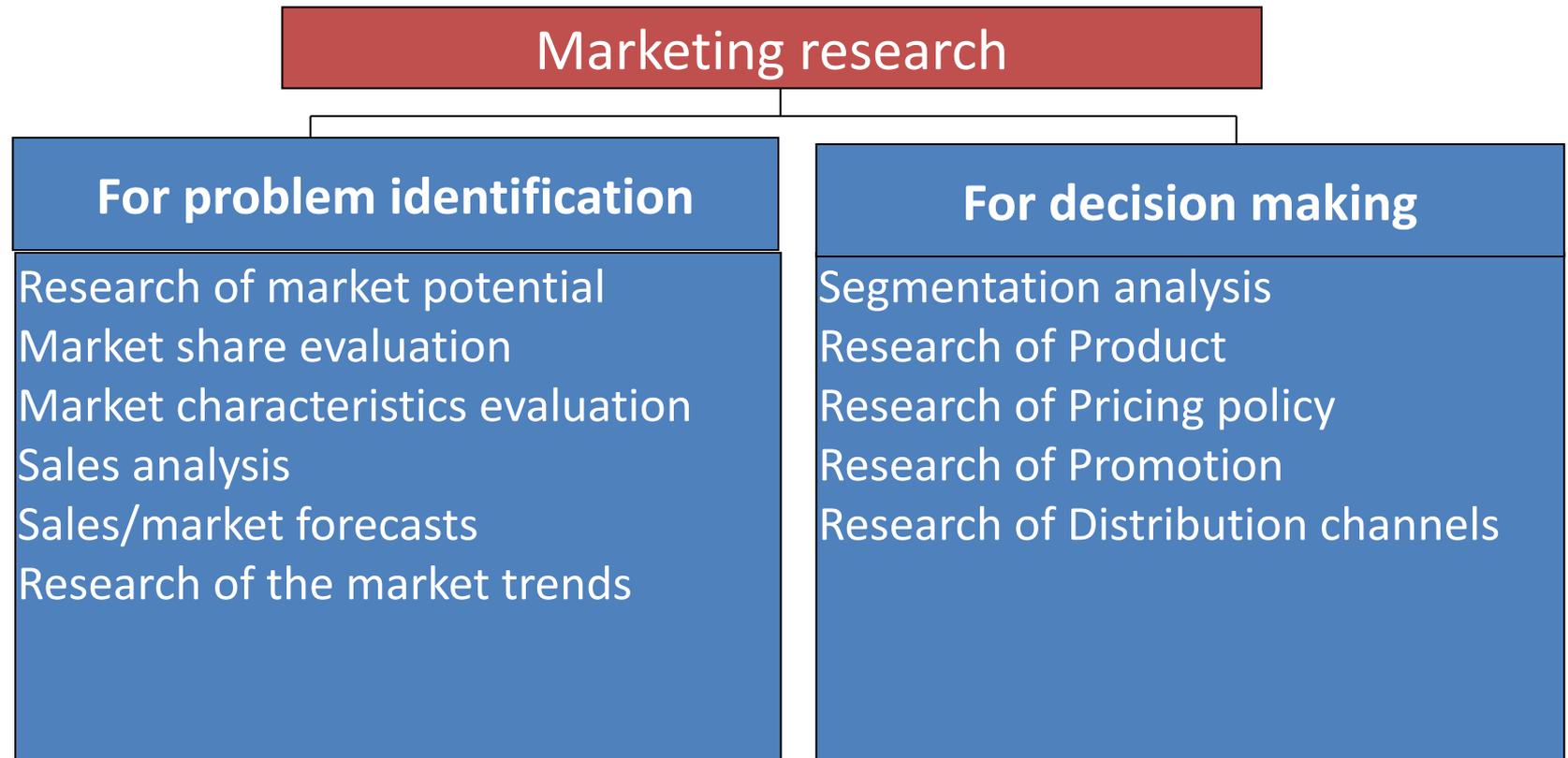
- идентификации рыночных возможностей и проблем,
- постановки и оценки маркетинговой деятельности компании,
- проведения мониторинга маркетинговой деятельности компании,
- развития понимания маркетинга как процесса.

*Европейское общество изучения общественного мнения и МИ (ESOMAR):*

**Систематический и целенаправленный сбор, анализ и распространение информации** для повышения эффективности процесса выявления и решения маркетинговых проблем



# MR Classification



# ПРИМЕРЫ МИ: слайды лекции 20-25

# Тип маркетинговой информации и источники ее получения.

**По отношению к  
предприятию**

**Внутренняя  
информация**

**Внешняя  
информация**

**В зависимости от способа  
получения**

**Первичная  
информация**

**Вторичная  
информация**



# Тип маркетинговой информации и источники ее получения.

**В  
зависимости  
от способа  
получения**

**Первичная  
информаци  
я**

*Первичные данные* получают в результате специально проведенных для решения конкретной маркетинговой проблемы так называемых полевых маркетинговых исследований; их сбор осуществляется путем наблюдений, опросов, экспериментальных исследований

**Вторичная  
информаци  
я**

*Вторичные данные* - данные собранные **ранее** из внутренних и внешних источников для целей, отличных от целей маркетинговых исследований. Не являются результатом проведения специальных маркетинговых исследований.



## Внутренние субъекты

Исследовательский  
отдел

Отдел маркетинга

 По  
необходимости -  
любой отдел

## Внешние субъекты (агентства МИ)

Компании  
полного цикла

↓  
Синдицированные  
исследования

Стандартизированные  
исследования

Заказные  
исследования (Ad hoc)

Интернет-  
исследования

Ограниченный  
набор услуг

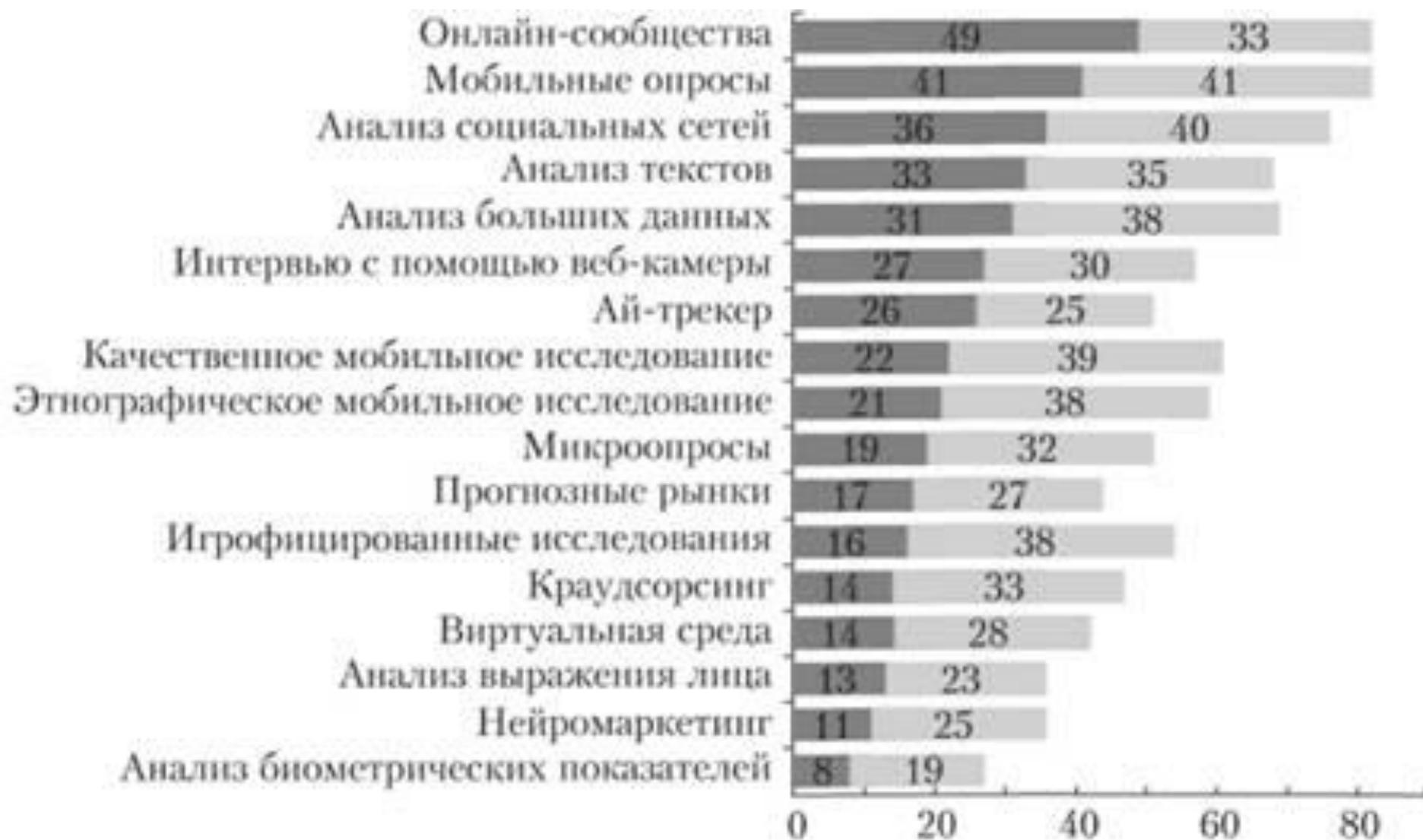
↓  
Полевые  
исследования

Кодирование и  
ввод данных,  
подготовка анкет

Аналитические  
услуги



Кафедра маркетинга



Для перечисленных ниже компаний и организаций, ответьте на вопрос, нужно ли им проводить

МИ и какие?

- Уралкалий, Данон, Городская поликлиника, РЭУ им Плеханова.

# Задачи сегодняшнего семинара

- Можем назвать виды маркетинговых исследований
- Понимаем различия внутренней и внешней информации
- Понимаем различия Вторичной и первичной информации

**ПРОЕКТ!**

# До следующего занятия

- Создать исследовательскую группу
- Определить тему
- Презентовать состав участников и тему на семинаре

## Темы выполненных проектов в прошлых учебных годах.

- «Маркетинговое исследование пользовательской привлекательности портала РЭУ им. Г.В. Плеханова»
- «Исследование модели приобретения языковых услуг в сети школ «English First» (исследование модели совершения покупки)»
- «Исследование корпоративного журнала «Плехановская студия» на предмет выявления удовлетворенности студентов изданием»
- Исследования для разработки рекомендаций по позиционированию школы плавания EVOSWIM
- и другие...

# Индивидуальное письменное домашнее задание на первый семинар.

- Найти информацию об услугах, предоставляемых 5-ю различными агентствами МИ (по web-сайтам)
- Провести **анализ** этих услуг **используя терминологию курса** и выработать рекомендации для компании, которая предполагает выйти на российский рынок с новым продуктом, кто из этих компаний может предоставить наиболее достоверную информацию о целевом сегменте рынка. Используйте терминологию курса (слайд 30, 36-38).
- **Анализ** и рекомендации следует оформить в виде аналитической записки с указанием названия работы, автора и его реквизитов.

