

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕМИНАР 1

Коммуникация по дисциплине

- 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:

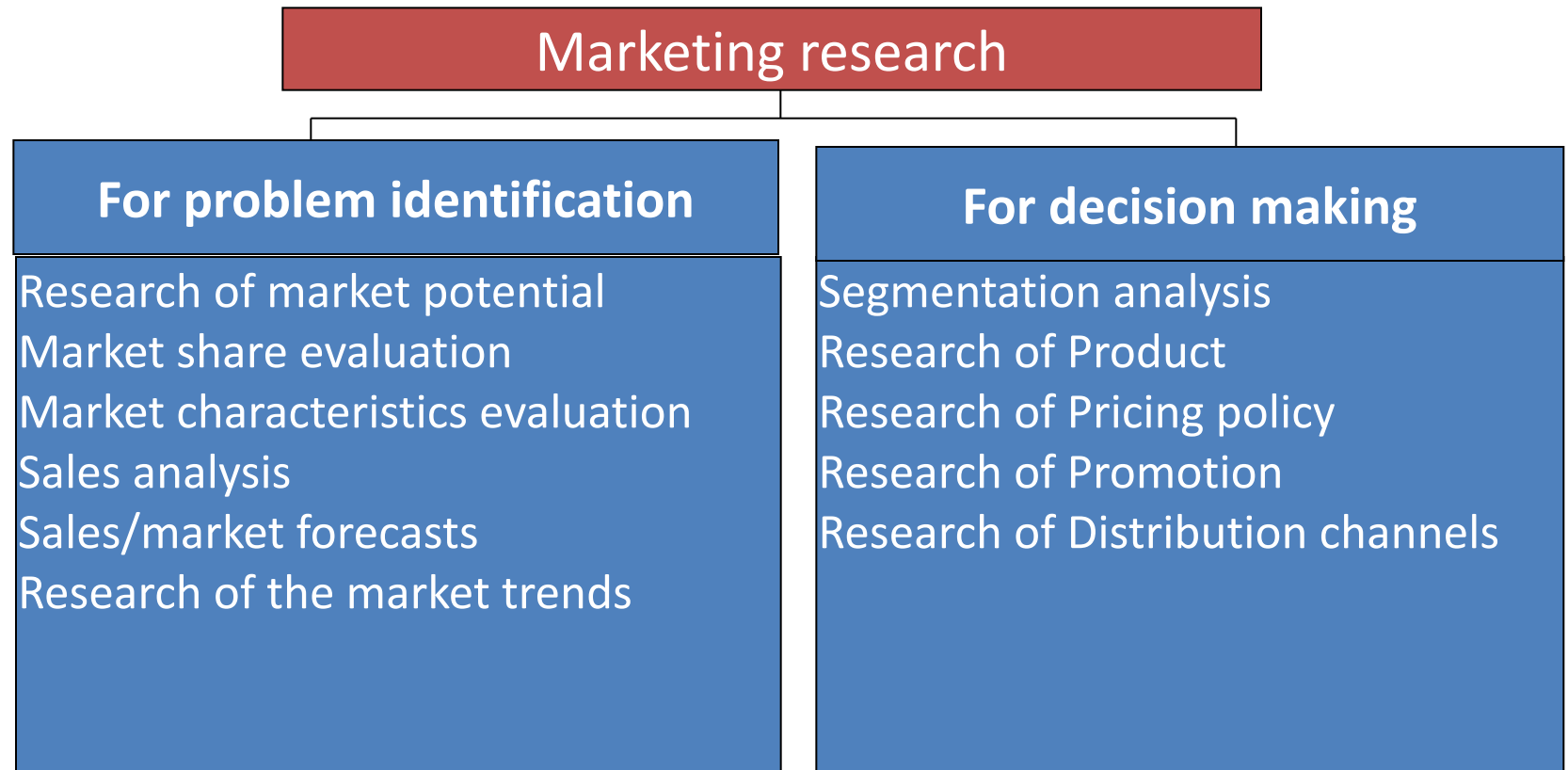
- идентификации рыночных возможностей и проблем,
- постановки и оценки маркетинговой деятельности компании,
- проведения мониторинга маркетинговой деятельности компании,
- развития понимания маркетинга как процесса.

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.

