



**Задание на текущее  
занятие (неделя 28.09  
-04.10) + задание на дом  
на следующее занятие**

А) Собраться

1. Органично добавить в командную папку «Маркетинговое исследование» на гугл диск **На сейчас 1 и 2**
2. В папку положить командный файл с названием «Этапы маркетингового

## Этапы маркетингового исследования:

### 1. Разработка концепции исследования:

- ✓ Определение проблемы исследования
- ✓ Формулировка целей и задач исследования

### 2. Разработка плана исследования (исследовательского проекта):

- ✓ Выбор методов проведения исследования
- ✓ Определение методов сбора первичной информации
- ✓ Разработка выборочного плана
- ✓ Разработка форм для сбора данных

### 3. Реализация плана исследования

- ✓ Сбор и обработка данных
- ✓ Анализ и интерпретация данных

### 4. Подготовка отчета о результатах исследования

- ✓ Формулировка выводов и разработка рекомендаций
- ✓ Оформление отчета
- ✓ Представление результатов исследования руководителю

(сокращенно)

## Проблема маркетингового исследования

3. Распределить имеющиеся вопросы к идее на вопросы управленческой проблемы, проблемы маркетингового исследования, компоненты и цели (разбить на группы).  
Сделать командную таблицу гугл и положить ее в

На сейчас привести пример двух строчек с проблемами и выходом на цели

4. Добавить в таблицу цели

## Пример управленческих проблем и проблем исследования

Управленческая проблема	Проблема маркетингового исследования
Следует ли выводить на рынок новый товар?	Определить отношение потребителей к товару фирмы и их намерения приобрести новый товар
Должна ли быть изменена рекламная кампания?	Оценить эффективность проведенной рекламной кампании
Стоит ли изменять ценовую стратегию?	Определить ценовую эластичность спроса и влияние на динамику продаж и прибыли различных вариантов ценовых изменений
Какие зарубежные каналы распределения следует выбрать?	Оценить структуру и участников каналов в каждой стране
Что следует изменить в маркетинговой стратегии для того, чтобы увеличить долю постоянных клиентов в магазине?	Определить сильные и слабые стороны деятельности магазина по отношению к главным конкурентам и выявить факторы, влияющих на долю постоянных клиентов.



Пример формулировки проблемы исследования в общем виде и выделения ее отдельных компонентов

Проблема исследования	Компоненты проблемы исследования
Определить сильные и слабые стороны деятельности Sears по отношению к конкурентам и степень их влияния на численность постоянных клиентов	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Критерии, которые используют семьи при выборе универмага.</li> <li>2. Как оценивают семьи Sears и конкурирующие универмаги исходя из выявленных критериев выбора?</li> <li>3. Какие универмаги постоянно посещаются для покупки определенных категорий товаров?</li> <li>4. Какова доля рынка Sears и его конкурентов по определенным категориям продуктов?</li> <li>5. Демографический и психологический профиль покупателей Sears и его отличие от профиля покупателей конкурирующих универмагов.</li> <li>6. Существует ли связь между характеристиками покупателей и их предпочтениями к товарам и магазинам?</li> </ol>

5. *Логично добавить в командную папку «Методы сбора и анализа информации» на гугл диск в папку «Маркетинговое исследование»*

**На сейчас 5 и 6**

6. *В новую папку положить файл с методами сбора первичной информации с указанием планируемых к использованию методов + файл с источниками вторичной информации с пояснением применяемого метода*

Методы сбора первичной информации:

- ✓ опросы количественные и качественные;
- ✓ панельные исследования (особая разновидность опроса);
- ✓ наблюдение;
- ✓ эксперименты;
- ✓ экспертные оценки.

*Источники вторичной информации = документы*

Две группы методов анализа документов:

- ✓ неформализованные (к ним относят традиционный анализ);
- ✓ формализованные (включает контент-анализ и др.).