


УТВЕРЖДАЮ



 Зав. кафедрой менеджмента
О.Г. РОМАНОВИЧ
«_05_» __октября_ 2023

ТЕМАТИКА курсовых работ
по дисциплине «Маркетинговые исследования»
для студентов IV курса направления 38.03.02, 580200 «**Менеджмент**»
(профиль «Управление маркетингом»), гр. УМ-1-20

1. Маркетинговые исследования как основа для принятия управленческих решений в условиях рынка.
2. Основные источники маркетинговой информации предприятия.
3. Особенности и виды качественные маркетинговые исследования.
4. Особенности и виды количественных исследований в маркетинге.
5. Методы сбора первичной маркетинговой информации
6. Разработка и реализация программы маркетингового исследования.
7. Интервьюирование как форма сбора первичной маркетинговой информации.
8. Опрос как форма маркетингового исследования.
9. Анкетный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
10. Почтовый опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
11. Наблюдение как метод сбора первичной маркетинговой информации.
12. Использование эксперимента в маркетинговых исследованиях.
13. Маркетинговые исследования товаров конкурентов.
14. Исследования товарного ассортимента предприятия.
15. Маркетинговые исследования потребителей.
16. Маркетинговые исследования для обоснования ценовой политики предприятия.
17. Маркетинговые исследования для обоснования рекламной кампании.
18. Разработка выборочного плана исследований и определение объема выборки.
19. Маркетинговая информация и эффективность ее использования в организации.
20. Организация маркетинговых исследований на предприятии.
21. Совершенствование системы маркетинговых исследований на предприятии.
22. Организация и проведение опросов в сети Интернет.
23. Методологические типы исследований и их особенности.
24. Типология вопросов в маркетинговом исследовании
25. Особенности проведения Интернет-исследований.
26. Маркетинговые исследования бренда.
27. Специфика маркетинговых исследований и его основных этапов в сфере услуг
28. Технологии проведения маркетинговых исследований рынков товаров и услуг
29. Исследование имиджа товара (торговой марки, предприятия).
30. Исследование мотивации покупателей.
31. Исследование степени удовлетворенности покупателей товаром.
32. Маркетинговые исследования покупателей с целью выявления неудовлетворенных потребностей.
33. Процедура проведения маркетингового исследования.
34. Программа маркетингового исследования.
35. Интервьюирование как форма сбора первичной маркетинговой информации.
36. Экспертный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
37. Наблюдение как метод сбора первичной маркетинговой информации.
38. Фокус-групповой опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
39. Панельный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.

40. Использование эксперимента в маркетинговых исследованиях.
41. Вторичная информация для маркетингового исследования
42. Исследование внешней среды предприятия.
43. Исследование внутренней среды предприятия.
44. Исследование узнаваемости и запоминаемости рекламы.
45. Изучение влияния рекламы на покупательское поведение.

Преподаватель дисциплины,
профессор кафедры менеджмента,
д.э.н., профессор



А.А. Кочербаева