


УТВЕРЖДАЮ



 Зав. кафедрой менеджмента  
О.Г. РОМАНОВИЧ  
«\_06\_» \_октября\_ 2022

**ТЕМАТИКА курсовых работ**  
**по дисциплине «Маркетинговые исследования»**  
для студентов IV курса направления 38.03.02, 580200 «**Менеджмент**»  
(профиль «Управление маркетингом») гр. УМ-1-19

1. Виды и методы маркетинговых исследований
2. Количественные и качественные исследования в маркетинге
3. Методы сбора первичной маркетинговой информации
4. Процедура проведения маркетингового исследования
5. Программа маркетингового исследования
6. Интервьюирование как форма сбора первичной маркетинговой информации.
7. Основные формы проведения интервью.
8. Телефонный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
9. Опрос как форма маркетингового исследования.
10. Опрос через Интернет как форма сбора первичной маркетинговой информации.
11. Анкетный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
12. Почтовый опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
13. Экспертный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
14. Виды индивидуальных и групповых экспертных опросов.
15. Наблюдение как метод сбора первичной маркетинговой информации.
16. Фокус-групповой опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
17. Методика проведения фокус-группового опроса.
18. Панельный опрос как форма сбора первичной маркетинговой информации.
19. Использование эксперимента в маркетинговых исследованиях.
20. Маркетинговое исследование рынка сбыта товаров на предприятии
21. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе
22. Маркетинговое исследование рынка услуг
23. Маркетинговые исследования спроса потребителей продукции
24. Вторичная информация для маркетингового исследования
25. Исследование объема рынка и рыночной доли
26. Исследование конкурентов. Основные методы.
27. Исследование товара. Направления и методы.
28. Исследование потребителей. Цель и направления исследования.
29. Исследование цены. Цель и направления исследования
30. Изучение каналов распределения. Цель и направления исследования
31. Исследование внешней среды предприятия. Цель и направления исследования.
32. Исследование внутренней среды предприятия. Цель и направления исследования.
33. Исследование рекламы, планируемой к выпуску.
34. Исследование узнаваемости и запоминаемости рекламы.
35. Изучение влияния рекламы на покупательское поведение.

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

А.А. Кочербаева