

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Пензенский филиал)

Кафедра «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методические указания по выполнению контрольной работы

Направление	38.03.02 «Менеджмент»
подготовки	
Профиль	«Маркетинг»
Кафедра	«Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»

*Одобрено кафедрой «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»
(протокол № 1 от 27 августа 2020 г.)*

Пенза 2020

Методические указания разработал:
Мусяенко А. В.

«Маркетинговые исследования»: методические указания по выполнению контрольной работы для студентов направления 080200.62 «Менеджмент» (программа подготовки бакалавров, очная и заочная форма обучения).

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	6
2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА РАБОТ.....	7
2.1. Содержание работы.....	7
2.2. Структура работы	8
2.3. Требования к оформлению контрольной работы	9
3. ПОДБОР ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	10
4. ПОДГОТОВКА К СОБЕСЕДОВАНИЮ ПО КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ	11
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	13
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	16

ВВЕДЕНИЕ

Выполнение контрольной работы является одним из этапов реализации учебной программы «Маркетинговые исследования» для студентов для направлений 38.03.02 «Менеджмент» (программа подготовки бакалавров) очной и заочной форм обучения.

Контрольная работа – вид самостоятельной практической и исследовательской работы студентов с целью углубления и закрепления теоретических знаний, развития навыков самостоятельного проведения маркетинговых исследований. Тематика работ связана с овладением конкретными методами сбора информации и исследования рынков.

Самостоятельная работа студента должна быть направлена на осмысление и самостоятельное освоение учебного материала, действующей нормативной документации, научной информации, приобретение основ самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

Самостоятельная работа реализуется:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических и семинарских занятиях.
2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.
3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом творческого задания.

Самостоятельная подготовка обеспечивает формирование следующих навыков:

- самостоятельной работы с учебно-методической, справочной и др. литературой;
- самостоятельной аналитической работы (сопоставления фактов, событий, их анализа, оценки изучаемых проблем);
- самостоятельной подготовки при выполнении контрольной работы.

Эффективность контрольной работы заключается в моделировании рыночных ситуаций, анализе и оценке собственных маркетинговых действий и решений. Этот вид обучения способствует формированию маркетинговой грамотности и практическому использованию теоретических маркетинговых знаний в конкретных ситуациях; формирует умение оперировать маркетинговой терминологией. Выполнение подобного вида заданий способствует дальнейшему развитию личностных качеств студента и его психологической готовности к овладению профессиональными навыками. Особую значимость при выполнении индивидуальных заданий приобретает самостоятельная работа, как творческий акт студентов, ориентированный на поиск и анализ маркетинговой информации, полученной из различных источников; выбор релевантной информации, ее оценку, выработку и принятие решений на основе произведенной оценки информации; реализацию принятого решения в профессиональной деятельности и деловом общении.

Ключевым требованием при подготовке контрольной работы выступает умение обрабатывать и анализировать информацию, делать самостоятельные выводы, обосновывать целесообразность и эффективность предлагаемых решений, четко и логично излагать свои мысли.

Выполненные контрольные работы сдаются преподавателю, ведущему дисциплину, на проверку. Если у преподавателя по представленным контрольным работам нет серьезных замечаний, то он допускает их автора к собеседованию по данным контрольным работам. Работы, не допущенные к собеседованию, должны быть доработаны и/или исправлены с учетом высказанных в них по тексту замечаний преподавателя и сданы на повторную проверку.

Студенты, успешно прошедшие собеседование, допускаются к сдаче экзамена дисциплине, предусмотренного учебным планом по данному направлению подготовки.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

После теоретического лекционного курса и практических занятий, каждый студент выполняет индивидуальное задание. Выполнение контрольной работы требует серьезной подготовки. Перед написанием контрольной работы следует обратиться к конспекту лекций по раскрываемым в ней вопросам, ознакомиться с ними в учебной и специальной литературе, в том числе в периодических журнальных изданиях.

Успешное выполнение контрольной работы во многом зависит от правильной организации работы по ее подготовке и написанию, а также от соблюдения основных требований, которые к ней предъявляются.

Порядок выполнения, рецензирования и собеседования по контрольной работе

В процессе исследования студенту предстоит выполнить следующие виды работ:

1. Выбрать конкретный рынок и компанию, на примере которой будет выполняться контрольная работа.
2. Грамотно сформулировать проблему, разработать рабочие гипотезы и инструментарий исследования.
3. Отобрать источники, собрать и проанализировать вторичную маркетинговую информацию.
4. Спланировать и организовать сбор первичной информации.
5. Систематизировать и проанализировать собранную информацию.
6. Логически обосновать и сформулировать выводы, предложения и рекомендации.

Исследуемые рынки не должны повторяться среди студентов группы. Информацию о выбранной теме каждый студент сообщает преподавателю. Контрольная работа выполняется под руководством преподавателя в соответствии с утвержденным графиком. Перед выполнением работы составляется ее план и согласовывается с преподавателем. Текущее руководство контрольной работой заключается в систематических консультациях с целью оказания организационной и научно-методической помощи бакалавру, контроля за выполнением работы в соответствии с графиком, проверки содержания и оформления завершенной работы. Преподаватели, осуществляя контроль над содержанием работы, осуществляют своевременную оценку полученных знаний.

Задание для контрольной работы:

Необходимо провести исследование на конкретном рынке товара или услуги для выбранной компании.

2.СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА РАБОТ

2.1. Содержание работы

1. Анализ маркетинговой среды рынка по источникам вторичной информации (емкость, тенденции, конкуренция, потребители, участники рынка с использованием моделей анализа PEST и 5 сил Портера, а по итогам провести SWOT-анализ с формированием центральной проблемы компании).

2. Разработка анкеты для полевого исследования - опроса по проблематике рынка или компании (выбрать метод опроса; разработать анкету, состоящую из 3 частей: введения, основной части, сведений об опрашиваемом; предусмотреть разные типы вопросов, минимум 10 вопросов по проблематике исследования + 5 вопросов личностной части).

3. Проведение полевого исследования выбранным методом (минимальное количество респондентов – 25 чел).

4. Анализ полученных данных с использованием современных компьютерных технологий, разработка выводов и рекомендаций для выбранной компании на исследуемом рынке.

2.2. Структура работы

Структура контрольной работы

Контрольная работа содержит следующие основные разделы:

1. Титульный лист (см. приложение)

2. Введение. Здесь целесообразно обосновать актуальность выбранного рынка и компании, на примере которой будет проводиться исследование, сформулировать проблему, цель, и задачи исследования.

3. Основная часть работы. Основная часть контрольной работы включает практическую часть. Основная часть излагается по компетенциям. Каждый элемент основной части (раздел, подраздел, пункт) должен представлять собой законченный фрагмент рассмотренной компетенции.

Эта часть работы включает решение прикладной поставленной задачи. Здесь студент анализирует внешнюю среду на макро- и микроуровне на основе вторичных источников информации. Производит анализ возможных подходов и методов решения полевой части задания. Обосновывает выбранный им метод (методику, алгоритм) и подробно описывает процесс преобразований и полученное решение.

4. Выводы (заключение). В данном разделе работы студентом обосновывается возможность внедрения в практику предложений и мероприятий, разработанных по итогам анализа результатов исследования рассматриваемой проблемы, формулируются основные выводы и предложения. Выводы должны быть краткими. В итоге должны быть сформулированы практические и/или теоретические рекомендации по теме задания.

5. Список используемой литературы. Список использованной литературы составляется строго в алфавитном порядке в следующей последовательности: законы РФ и другие официальные материалы (указы, постановления, решения министерств и ведомств); печатные работы (книги, монографии, сборники); периодика; сайты Интернета, источники на иностранных языках рекомендуется приводить в конце списка. Список содержит современную литературу по теме.

2.3. Требования к оформлению контрольной работы

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верх, низ – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом таблицы обязательно имеют заголовок, размещаемый над табличным полем, а рисунки – подрисуночные подписи. При использовании в работе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна.

Страницы текста нумеруются в правом нижнем углу. Объем работы рекомендуется в пределах 6 стр. на компьютере через 1,5 интервала. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что студент не сумел отобрать и переработать нужный материал.

К тексту прилагается оформленный по форме список использованной литературы. При составлении списка литературы в перечень включаются только те источники, которые действительно были использованы при подготовке к написанию лабораторной работы.

На титульном листе печатаются все необходимые данные о выполняемой работе с указанием фамилии, имени и отчества студента, номера группы, названия дисциплины, названия выбранного рынка и компании, на примере которой проводится исследование, и ФИО преподавателя (см. приложение 1). На последней странице указывается дата и ставится подпись студента,

выполнившего работу. По завершении, работа передается преподавателю для проверки. После проверки, преподавателем на титульном листе делается отметка о допуске или не допуске работы к собеседованию. Если работа допущена к собеседованию, то назначается день проведения собеседования для всего потока. Работы, не допущенные к собеседованию, должны быть доработаны с учётом рекомендаций и представлены повторно для собеседования.

Контрольная работа должна отвечать следующим требованиям:

- выполняться согласно методических указаний с использованием законодательных актов, нормативных материалов, учебников и учебных пособий отечественных и зарубежных авторов, периодических изданий;
- практический материал и теоретическая часть должны быть проработаны и органически связаны с выбранной тематикой;
- не допускается дословное списывание материалов источников или использование набора опубликованных сайтов в Интернет, без систематизации и авторской обработки, кроме цитат, таблиц и рисунков и других результатов исследований, на которые необходимо сделать ссылку;
- иметь авторскую оценку с исключением «копирования» материала;
- представлять собой законченную разработку с самостоятельными выводами. В противном случае работа не допускается к собеседованию и возвращается студенту на переработку

3. ПОДБОР ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Начинать работу нужно с подбора необходимой литературы. В первую очередь, это должны быть учебники и учебные пособия. Придерживайтесь рекомендуемого кафедрой списка литературы, так как он соответствует утвержденной программе курса «Маркетинговые исследования».

Наряду с учебниками при написании контрольной работы рекомендуется пользоваться специальными периодическими изданиями. Публикуемые в периодической печати статьи и сообщения содержат четко и профессионально скомпонованный теоретический материал, отличаются оперативностью информации, обилием новых фактов и цифровых данных. При изучении материалов периодики обращайте внимание на последние экономические события, используйте актуальные фактические данные и статистические обзоры. Рекомендуется использовать современные журнальные публикации (изданные не ранее, чем за последние 2 – 3 года).

Существенную помощь могут оказать также и электронные ресурсы, в том числе содержащие нормативно-правовые документы и статистическую информацию.

Список рекомендуемой кафедрой основной и дополнительной литературы по дисциплине «Маркетинг» и электронных ресурсов приведен в конце Методических указаний.

На каждой странице контрольной работы должны быть ссылки на используемый источник, оформленные в квадратных скобках, например [5, с. 28].

4. ПОДГОТОВКА К СОБЕСЕДОВАНИЮ ПО КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Выполненная работа сдается студентом на кафедру в установленные кафедрой сроки. Срок проверки работы – 2 недели с момента сдачи на кафедру. Проверенную работу студент получает также на кафедре.

По результатам проверки контрольной работы выставляется оценка «Допущена к собеседованию» или «Не допущена к собеседованию». В случае допуска к собеседованию, которое проводится перед экзаменационной сессией, студенту следует подготовить ответы на замечания и вопросы рецензента, при необходимости – выполнить письменное дополнение к работе. Работы, не

допущенные к собеседованию, выполняются повторно с устранением всех отмеченных недостатков и предоставляются на проверку вместе с первой контрольной работой.

В процессе защиты студент должен кратко обосновать актуальность темы, раскрыть цель и основное содержание работы. Особое внимание необходимо уделить сделанным выводам и предложенным в работе рекомендациям. Ответы на вопросы и критические замечания должны быть краткими и касаться только существа дела. В ответах и выводах следует оперировать фактами и практическими результатами, полученными по итогам выполнения работы. Оценка контрольной работы производится на основании определения точности и развернутости ответов студента на вопросы.

По результатам собеседования по контрольной работе ставится «зачет» или «незачет». Оценка «незачет» студент получает в том случае, если не владеет материалом, не может правильно ответить на поставленные вопросы и не в состоянии дать объяснения своим письменным ответам. Получив оценку «незачет» студент снова готовится к собеседованию и приходит его повторно.

Оценка «зачет» означает допуск к экзамену по дисциплине.

Консультацию по выполнению контрольной работы и по подготовке к собеседованию по полученным замечаниям можно получить, обратившись к ведущему дисциплину преподавателю.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, с изменениями и дополнениями).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
3. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями и дополнениями) «О средствах массовой информации».
4. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (с изменениями и дополнениями) «О государственной тайне».
5. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).
6. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
7. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
8. Федеральный закон от 27.11.2010 N 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

Основная литература

9. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2015
10. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование. - М.: Инфра-М, 2016
11. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. – М.: Русская деловая литература, 2017
12. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению – М.: Юрайт, 2016.

Дополнительная литература

13. Алексунин В. А. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : Практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 (ЭБС ZNANIUM)
14. Березин И.С. Маркетинговый анализ: принципы и практика, российский опыт. – М.: Эксмо, 2017
15. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования – М.: Юрайт, 2014.

16. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика – М.: Финпресс, 2018
17. Иванов Л. А. Исследование рынка собственными силами.- 1-е издание, СПб.: Питер, 2016
18. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования. - М.: Инфра-М, 2016.
19. Коротков А. В. Маркетинговые исследования. - М.: Издательство Юрайт, 2015.
20. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. - М., Издательство Вильямс, 2017
21. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. – СПб.: Питер, 2016
22. . Маркетинг в России: образование, исследования, консалтинг. Под ред. И.С. Березина, Д.А.Шевченко – М.: Ивент Маркетинг, 2017
23. Маркетинговые исследования. Теория и практика/Под ред. О.Н.Романенковой – М.: Юрайт, 2015
24. Тюрин Д.В. «Маркетинговые исследования: организация и проведение в компании» Учебник для бакалавров – М.: Юрайт, 2015
25. Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит – М.: Инфра-М, 2016.
26. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. - СПб, Питер, 2018
27. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России и зарубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Практический маркетинг», «Маркетолог», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир», «Менеджмент и маркетинг», «Практика рекламы», «Маркетинговые коммуникации

10 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы

1. <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей;
2. <http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;
3. <http://www.nta-rus.ru> - Национальная торговая ассоциация;
4. <http://www.tpprf.ru/> - Торгово-промышленная Палата РФ;
5. <http://www.torgrus.ru> - Новости и технологии торгового бизнеса;
6. <http://www.torg.spb.ru> – Торговля и ресторанный бизнес;
7. <http://www.nta-rus.com> – Оборудование. Технология и оборудования для магазинов и ресторанов;
8. <http://www.f-art.nnov.ru> – ТиГО. Торговое и технологическое оборудование;
9. <http://www.ros-torg.net/> - Новости Российской торговли, обзор рынка российской торговли, аналитическая информация по российской торговле, торговля, бизнес;
10. <http://www.salesmanagement.ru/> - журнал «Управление продажами»;
11. <http://www.sellings.ru> – сайт журнала «Управление сбытом»;

12. <http://www.trade-design.ru> – Торговый дизайн;
13. <http://www.tovr.ru> – Торговое оборудование в России.

Информационно-справочные и поисковые системы

1. ЭБС ООО «Издательский Дом ИНФРА-М» доступ через Интернет-репозиторий образовательных ресурсов нашего института. - <http://repository.vzfei.ru> Доступ по логину и паролю.
2. Федеральная ЭБС "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" доступ свободный - <http://window.edu.ru>
3. Интернет-репозиторий образовательных ресурсов Финуниверситета, который является специфично организованной ЭБС, дополненной развитой системой функций обучения. - <http://repository.vzfei.ru> Доступ по логину и паролю.
4. Электронные каталоги АИБС МАРК-SQL: «Книги», «Статьи», «Диссертации», «Учебно-методическая литература», «Авторефераты», «Депозитарный фонд». Общее количество записей в электронном каталоге -201991. - http://www.vzfei.ru/rus/library/elect_lib.htm

ПРИЛОЖЕНИЯ**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

Образец оформления титульного листа

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Пензенский филиал)

**Кафедра «Менеджмент, информатика и общегуманитарные
науки»**

Направление _____
(Экономика, Менеджмент)

Контрольная работа

по дисциплине «Маркетинговые исследования»

Вариант (Вопрос) _____

Студент _____
(Ф.И.О.)

Курс _____ № группы _____

Личное дело № _____

Преподаватель _____

_____ (уч. степень, должность, Ф.И.О.)

Пенза – 201_