

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г.И.Носова»
Многопрофильный колледж

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ (ПО ВЫБОРУ)**

МДК.02.01 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**для студентов специальности
38.02.08 Торговое дело**

ВВЕДЕНИЕ

Настоящие методические указания предназначены для студентов очной и заочной формы обучения в качестве регламентирующего материала по выполнению и предоставлению курсовой работы по профессиональному модулю «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)» для специальности 38.02.08 Торговое дело.

Выполнение курсовой работы рассматривается как вид учебной деятельности по профессиональному модулю профессионального учебного цикла и реализуется в пределах времени, отведенного на ее изучение (ФГОС п. 7.8).

Выполнение студентом курсовой работы по профессиональному модулю проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений по междисциплинарному курсу;
- углубления теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
- формирования умений применять теоретические знания при решении поставленных задач, использовать справочную, нормативную и научно-техническую литературу (формирование профессиональных компетенций);
- формирование общих и профессиональных компетенций – развитие творческой инициативы, дисциплинированности, целеустремлённости, аккуратности, самостоятельности, ответственности и организованности;
- подготовка к государственной итоговой аттестации (ГИА).

1 Общие положения

В соответствии с рабочей программой МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований предусмотрено выполнение курсовой работы.

Курсовая работа является одним из основных видов учебной деятельности и формой контроля учебной работы студентов.

Продолжительность выполнения курсовой работы – 30 часов. Курсовая работа осуществляется на заключительном этапе изучения междисциплинарного курса, в ходе которого формируются умения, ПК и ОК при решении задач, связанных со сферой профессиональной деятельности будущих специалистов.

Курсовая работа выполняется после изучения теоретической части МДК, ПМ: Практические основы бухгалтерского учета имущества организации.

В результате выполнения курсовой работы, Вы будете уметь:

уметь:

У 2.1.1 применять методы сбора, хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования:

У 2.1.2 составлять план проведения маркетингового исследования:

У 2.1.3 определять подходящие маркетинговые инструменты, применять их для проведения маркетингового исследования:

У 2.2.1 обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций:

У 2.2.2 проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга:

У 2.2.3 использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков:

У 2.4.1 анализировать текущую рыночную конъюнктуру

Уо 01.01 распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте:

Уо 01.05 определять необходимые ресурсы:

Уо 01.08 выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы:

Уо 01.09 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах:

Уо 02.02 определять необходимые источники информации:

Уо 02.02 определять необходимые источники информации:

Уо 02.07 использовать современное программное обеспечение:

Уо 02.08 использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач:

Уо 02.08 использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач:

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования:

Уо 03.04 выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи:

Уо 03.07 определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности:

Уо 04.01 организовывать работу коллектива и команды:

Уо 04.02 эффективно работать в команде:

Уо 04.03 взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности:

Уо 04.04 использовать навыки управления проектами в распределении ресурсов и формировании графика выполнения задач:

Уо 05.01 применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности:

Уо 05.02 грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке:

Уо 05.03 поддерживать контакты посредством современных коммуникационных технологий:

Уо 07.01 соблюдать нормы экологической безопасности:

Уо 07.02 определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства:

Уо 07.05 оценивать чрезвычайную ситуацию:

Уо 07.06 составлять алгоритм действий при чрезвычайной ситуации и определять необходимые ресурсы для её устранения.

Содержание курсовой работы ориентировано на формирование

Общих компетенций:

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

Профессиональных компетенций:

ПК 2.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

Курсовая работа по профессиональному модулю выполняется в сроки, определённые рабочим учебным планом по программе подготовке специалистов среднего звена.

Процесс выполнения курсовых работ включает следующие этапы:

- 1 Изучение настоящих методических указаний.
- 2 Выбор темы и её согласование с руководителем.
- 3 Формулировка цели и составление плана.
- 4 Подбор, изучение и анализ содержания источников.
- 5 Разработка практической части.
- 6 Оформление списка литературы.
- 7 Подготовка к защите и защита курсовой работы.

Контроль за выполнением разделов КР осуществляется преподавателем-консультантом, заведующим отделением.

Примерная тематика курсовой работы:

Темы курсовых работ носят обобщенное название:

- Организация маркетинговой деятельности в отраслях и сферах деятельности (торговли, сетевой торговли, сетевых гипермаркетов и т.д.);
- Маркетинговые исследования предприятия на рынке ...;
- Маркетинговые исследования рынка (торговли, сетевой торговли, сетевых гипермаркетов и т.д.);

2. Структура курсовой работы

Структура курсовой работы включает:

- пояснительную записку.

Текстовый документ курсовой работы должен включать в указанной последовательности следующие элементы:

- титульный лист;
- задание;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем текстового материала определяется заданием руководителя.

3. Требования к оформлению пояснительной записки

Пояснительная записка является неотъемлемой частью курсовой работы.

Пояснительная записка курсовой работы включает:

- введение, в котором раскрывается актуальность и значение темы, формируется цель выполнения курсовой работы;

- исходные данные для выполнения курсовой работы;
- разделы курсовой работы:

1. Подготовка маркетингового исследования.

1.1. Выработка проблемы и определение целей исследования.

1.2. Отбор источников информации.

1.3. Сбор информации.

1.4. Анализ собранной информации.

1.5. Выработка рекомендаций.

2. Исследование рынка.

2.1. Географическое положение и особенности рынка.

2.2. Определение емкости рынка.

2.3. Конъюнктурные и прогнозные исследования.

2.4. Исследование конкуренции.

3. Исследование товара.

3.1. Определение свойств товара и стадий его жизненного цикла.

3.2. Анализ конкурентоспособности товара.

4. Исследование рекламной деятельности.

- перечень используемых источников;
- приложения.

Оформление пояснительной записки должно строго соответствовать

–СМК-О-СМГТУ-42-09 Курсовая работа (проект): структура, содержание, общие правила выполнения и оформления;

–СМК-К-РИ-109-15 Порядок организации выполнения и защиты курсовой работы (проекта) в многопрофильном колледже.

Страницы текста, включая иллюстрации и таблицы, должны соответствовать формату А4 (210x297 мм) по ГОСТ 9327. Текст должен быть выполнен с одной стороны листа белой бумаги печатным способом на печатающих или графических устройствах вывода ЭВМ (компьютерная распечатка). При наборе текста использовать 1,5 интервал (при объеме более 120 страниц, использовать одинарный интервал), основной шрифт Times New Roman, размер шрифта кегль 12 или кегль 14, цвет – черный, абзацный отступ первой строки – 1,25 см., размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Страницы курсовой работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы без точки проставляют в центре нижней части листа. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер страницы на нем не проставляют. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц отчета.

Курсовая работа вкладывается в скоросшиватель (мягкий или твердый) или переплетается. На последней текстовой странице (после заключения) подпись автора и дата завершения работы.

4. Требования к изложению текста курсовой работы

Текст излагается кратким чётким языком. Терминология и обозначения должны соответствовать установленным стандартам, а при отсутствии стандартов - общепринятым нормам в научно - технической литературе.

Изложение текста курсовой работы должно строго соответствовать

–СМК-О-СМГТУ-42-09 Курсовая работа: структура, содержание, общие правила выполнения и оформления;

–СМК-К-РИ-109-15 Порядок организации выполнения и защиты курсовой работы (проекта) в многопрофильном колледже.

Текст курсовой работы следует делить на разделы, подразделы, пункты. Пункты, при необходимости, могут быть разделены на подпункты. Каждый раздел текста рекомендуется начинать с новой страницы. Разделы курсовой работы должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами и записанные с абзацного отступа. Заголовки разделов, подразделов и пунктов следует начинать с абзацного отступа, с прописной буквы, без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Расстояние между заголовком и текстом должно быть равно удвоенному межстрочному расстоянию; между заголовками раздела и подраздела - одному межстрочному расстоянию.

Слово «СОДЕРЖАНИЕ» записывают в виде заголовка, симметрично тексту (выравнивание по центру), прописными буквами полужирным шрифтом. При этом после заголовка каждого из указанных структурных элементов ставят отточие, а затем приводят номер страницы, на которой начинается данный структурный элемент.

В содержание включают введение, наименование всех разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование), заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием страниц, с которых начинаются эти элементы ТД.

Слово «ВВЕДЕНИЕ» записывают в виде заголовка, симметрично тексту (выравнивание по центру), прописными буквами полужирным шрифтом.

Список использованных источников должен содержать сведения об источниках информации, использованных при составлении ВКР. Заголовок «СПИСОК

ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» записывают симметрично тексту (выравнивание по центру), прописными буквами полужирным шрифтом. В список включают все источники информации, на которые имеются ссылки в работе. Источники в списке нумеруют арабскими цифрами с точкой либо в порядке их упоминания в тексте, либо в алфавитном порядке.

5. Оформление иллюстраций и таблиц

Оформление иллюстраций и таблиц курсового проекта (работы) должно строго соответствовать:

–СМК-О-СМГТУ-42-09 Курсовая работа (проект): структура, содержание, общие правила выполнения и оформления;

–СМК-К-РИ-109-15 Порядок организации выполнения и защиты курсовой работы (проекта) в многопрофильном колледже.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Таблица помещается в тексте сразу же за первым упоминанием о ней или на следующей странице. До таблицы и после таблицы добавить одну свободную строку. Таблицы, нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами по всей курсовой работе.

Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы помещают над таблицей после ее номера через тире, с прописной буквы без абзацного отступа.

Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы помещают над таблицей после ее номера через тире, с прописной буквы (остальные строчные), без абзацного отступа. Допускается применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу с полным повторением шапки таблицы.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу заголовки помещают только перед первой частью таблицы, над другими частями справа пишется слово «Продолжение» и указывается порядковый номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1». При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк (тире). Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается.

Пример

Таблица 1 – Этапы маркетингового исследования

Этап исследования	Содержание этапа
1. Разработка концепции исследования	
1.1 Определение проблемы	
1.2 Постановка цели исследования	
1.3 Задачи исследования	
2. Отбор источников информации	
2.1. Вторичная информация	
2.2. Первичная информация	
3. Сбор и обработка информации	
4. Анализ информации, разработка выводов и рекомендаций	

На все иллюстрации в ДР должны быть даны ссылки. При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» или указывать в скобках (рис. 2). Название рисунка располагается под рисунком, по центру.

Пример



Рисунок 1 - Диаграмма наиболее посещаемых услуг

6. Оформление формул

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Формулы должны приводиться в общем виде с расшифровкой входящих в них буквенных значений. Пояснение значения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, должны быть приведены непосредственно под формулой. Значение каждого символа дают в той последовательности, в какой они приведены в формуле. Первая строка расшифровки должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него.

Нумерация формул в пояснительной записке должна быть сквозная. Номера обозначают арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках.

Пример

Средняя стоимость услуги определяется по формуле 1.

$$Ц_{ср} = (Ц_1 + Ц_2 + \dots + Ц_n) / n \quad (1)$$

где $Ц_{ср}$ – средняя цена услуги в салонах города, руб. ;
 $Ц_1, Ц_2, Ц_n$ - цены на услуги в салонах города, руб.
 n – количество салонов, участвовавших в маркетинговом исследовании.

7. Список использованных источников

Список использованных источников указывается в соответствии с действующими нормами для научно - технической литературы.

Сведения о книгах (учебники, справочники и др.) должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие книги (без кавычек), год издания, объём в страницах. Книги, учебные издания должны быть изданием за последние три года.

8. Защита курсовой работы

В процессе подготовки к защите студент готовит доклад на 5 минут. В докладе должно быть раскрыто содержание курсовой работы, раскрыты главные положения, больше половины доклада должно быть посвящено практической части, заканчивается доклад выводами и предложениями.

Защита курсового проекта осуществляется перед комиссией, состоящей из преподавателей.

9. Критерии оценки курсовой работы

Курсовой проект оценивается по пятибалльной системе.

Критериями оценки курсовой работы по дисциплине являются:

- качество содержания работы (достижение сформулированной цели и решение задач исследования, полнота раскрытия темы, системность подхода, отражение знаний литературы и различных точек зрения по теме, нормативно-правовых актов, аргументированное обоснование выводов и предложений);

- соблюдение графика выполнения курсовой работы;
- обоснование актуальности выбранной темы;
- соответствие содержания выбранной теме;
- соответствие содержания глав и параграфов их названию;
- логика, грамотность и стиль изложения;
- наличие практических рекомендаций;
- внешний вид работы и ее оформление, аккуратность;
- соблюдение заданного объема работы;
- наличие хорошо структурированного плана, раскрывающего содержание темы курсовой работы;
- наличие сносок и правильность цитирования;
- качество оформления рисунков, схем, таблиц;
- правильность оформления списка использованной литературы;
- достаточность и новизна изученной литературы;
- использование нормативных актов;
- правильность расчетов;
- правильность и аккуратность заполнения первичных документов;
- ответы на вопросы при публичной защите работы.

Оценка **«отлично»** выставляется при выполнении курсового проекта (работы) в полном объеме; используется основная литература по проблеме, работа отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части, оформлена с соблюдением установленных правил; студент свободно владеет теоретическим материалом, безошибочно применяет его при решении задач, сформулированных в задании; на все вопросы дает правильные и обоснованные ответы, убедительно защищает свою точку зрения.

Оценка **«хорошо»** выставляется при выполнении курсовой работы в полном объеме; работа отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части, оформлена с соблюдением установленных правил; студент твердо владеет теоретическим материалом, может применять его самостоятельно или по указанию преподавателя; на большинство вопросов даны правильные ответы, защищает свою точку зрения достаточно обосновано.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при выполнении курсовой работы в основном правильно, но без достаточно глубокой проработки некоторых разделов; студент усвоил только основные разделы теоретического материала и по указанию преподавателя (без инициативы и самостоятельности) применяет его практически; на вопросы отвечает неуверенно или допускает ошибки, неуверенно защищает свою точку зрения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, когда студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них.

Положительная оценка выставляется в ведомость и зачетную книжку. Студент, получивший неудовлетворительную оценку, должен доработать курсовую работу. В этом случае смена темы не допускается.

Оценка уровня сформированности профессиональных и общих компетенций во время подготовки и защиты курсового проекта (работы) по профессиональному модулю определяется руководителем по универсальной шкале оценки образовательных достижений, которые включают в себя основные показатели оценки результата.

Оценка уровня сформированности профессиональных и общих компетенций во время подготовки и защиты курсовой работы по профессиональному модулю определяется руководителем по универсальной шкале оценки образовательных достижений, которые включают в себя основные показатели оценки результатов.

Критерии оценки курсового проекта (работы)

Код и наименование компетенций	Оценка (положительная – 1/ отрицательная – 0)			
	Код и наименование ИДК (индикаторов достижения компетенции)	Выполнение КП (КР)	Защита КП (КР)	Интегральная оценка ИДК как результатов выполнения и защиты КП (КР)
ПК 2.1 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	ПК 2.1.1 Планирование проведения маркетингового исследования	1	0	1
	ПК 2.1.2 Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования	0	1	0
	ПК 2.1.3 Проведение маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	0	1	1
ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы	ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	1	1	1
	ПК 2.2.2 Применение	0	0	0

продвижения товаров (услуг) организации	программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации			
	ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации			
ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках			
	ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке			
	ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке			
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи			
	ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы			
	ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах			
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных условиях			
	ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет результаты поиска информации			
	ОК 02.3 Использует информационные технологии и современное программное обеспечение при решении профессиональных задач			
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в	ОК 03.1 Владеет содержанием актуальной нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, современной научной профессиональной терминологией			
	ОК 03.2 Определяет и			

профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	выстраивает траектории собственного профессионального развития и самообразования			
	ОК 03.3 Определяет возможности осуществления предпринимательской деятельности в профессиональной отрасли			
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	ОК 04.1 Планирует деятельность членов команды и распределяет роли			
	ОК 04.2 Взаимодействует с коллегами, руководством, в ходе профессиональной деятельности			
	ОК 04.3 Применяет навыки управления проектами			
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	ОК 05.1 Осуществляет устное общение в профессиональной деятельности в соответствии с нормами русского языка			
	ОК 05.2 Оформляет документы о профессиональной тематике на государственном языке			
	ОК 05.3 Использует стандартный набор коммуникационных технологий для обмена информацией в профессиональной деятельности			
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	ОК 07.1 Осуществляет профессиональную деятельность в соответствии с нормами экологической безопасности, правилами по охране труда и технике безопасности в профессиональной деятельности			
	ОК 07.2 Осуществляет профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства			
	ОК 07.3 Планирует свои действия в условиях чрезвычайной ситуации			
тах количество оценок				
количество положительных оценок				
% положительных оценок				
Оценка в универсальной шкале оценок				

Приложение А
Форма титульного листа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

ПЦК _____

КУРСОВАЯ РАБОТА
РАСЧЁТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

по МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований

на тему: _____

Исполнитель: _____ студент _____ курса, группа _____

Руководитель: _____
(Ф.И.О., должность, уч. степень, уч. звание)

Работа допущена к защите « _____ » _____ 202__ г. _____

Работа защищена « _____ » _____ 202__ г. с оценкой _____
(оценка) (подпись)

Магнитогорск, 20_

Приложение Б

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

КУРСОВАЯ РАБОТА

Тема: _____

Студент _____

Задание

Исходные данные

Состав и содержание работы _____

Срок сдачи: « _____ » _____ 202_ г.

Руководитель: _____ / _____
« _____ » _____ 202_ г.

Задание получил: _____ / _____
« _____ » _____ 202_ г.

Магнитогорск, 20_

Приложение В

Программа и план проведения маркетингового исследования

Последовательность разработки программы исследования:

1. Постановка проблемы

- формулирование проблемы;
- определение цель исследования;
- задачи, которые должны быть решены в соответствии с поставленной целью;
- информация, необходимая для решения маркетинговой проблемы;
- возможности и направления использования полученной информации.

2. Разработка плана исследования

- предварительная информация, которой располагает исследователь;
- гипотезы, которые могут быть выдвинуты;
- вопросы, на которые необходимо ответить;
- тип исследования.

3. Отбор источников информации

- существующая информационно-аналитическая база;
- маркетинговый мониторинг;
- дополнительная информация, необходимая для решения проблемы, способы ее получения;
- носители информации;
- перечень вопросов, которые должны быть поставлены респондентам (разработка анкеты);
- количественные и качественные показатели в исследовании, системы шкалирования;
- опросы специалистов и экспертные оценки.

4. Сбор и обработка информации.

- определение генеральной совокупности;
- процедура выборки;
- проверка достоверности полученных данных;
- сводка и группировка полученных данных.

5. Анализ и интерпретация данных

- используемые методы взвешивания или оценки;
- методы выявления и моделирования различных взаимосвязей;
- проверка выдвинутых гипотез;
- используемые описательные методы, качественно-атрибутивные оценки.

6. Выводы и рекомендации.

- конкретные рекомендации по проведению тех или иных маркетинговых мероприятий;
- прогнозныe оценки экономических показателей;
- оценка эффективности маркетинговых исследований.