

ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ
для студентов специальности 1-26 02 03 Маркетинг
факультета бизнеса и права
по учебной дисциплине
«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

Тема: Качественные методы маркетинговых исследований

Глубинные интервью

- Сущность метода глубинных интервью
 - Характерные особенности и ситуации, в которых они находят применение в маркетинге
 - Разновидности (классификации)
 - Достоинства и недостатки Алгоритм применения метода
 - Способы обработки и формы представления полученной информации
 - Примеры маркетинговых решений по результатам глубинных интервью
- Источники: Зорина и Слонимская «Маркетинговые исследования», Интернет-ресурсы

Тема: Качественные методы маркетинговых исследований

Проекционные методы

- Сущность категории проекционных методов исследований
 - Характерные особенности
 - Ситуации или обязан, в которых они находят применение в маркетинге
 - Разновидности (классификации) и их краткое описание
 - Достоинства и недостатки
 - Способы обработки и формы представления полученной информации
 - Примеры маркетинговых решений по результатам проекционных методов
- Источники: Зорина и Слонимская «Маркетинговые исследования»; интернет-ресурсы

Тема: Наблюдения

Айтрекинг (eye tracking)

- Сущность метода айтрекинга
 - В каких сферах и для чего используются
 - Разновидности приборов для айтрекинга
 - Принцип действия и основные характеристики приборов
 - Формы представлений полученной информации
 - Примеры маркетинговых решений по результатам айтрекинга
- Источники: интернет-ресурсы



Тема: Экспертные оценки

Экспертные оценки (экспертные опросы, экспертиза)

- Ситуации, в которых находят применение в маркетинге
- Разновидности (классификации)
- Достоинства и недостатки
- Алгоритм применения метода
- Принципы отбора и учета мнений экспертов
- Обработка результатов экспертного опроса

Источники: Дурович Практика маркетинговых исследований Кн1.; интернет-ресурсы

Тема: Маркетинговые исследования потребителей

Методы шкалирования

- Сущность шкалирования
- Сравнительные и несравнительные методы шкалирования
- Достоинства и недостатки
- Способы обработки и формы представления полученной информации

Источники: http://studme.org/1S84072019416/marketing/marketingovye_issledovaniya; интернет-ресурсы

