

Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю «Маркетинг» предполагает контактные (практические) занятия и самостоятельную работу обучающегося.

Практические занятия	28 часов
Самостоятельная работа	90 часов

Порядок выполнения курсовой работы

В рамках учебного модуля «Маркетинг» предусмотрено выполнение курсовой работы «Маркетинговое исследование рынка», представляющей собой выполненную в письменном виде самостоятельную учебную работу обучающегося, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы на примере конкретной рынка товаров (услуг).

Выполнение курсовой работы предполагает углубление и систематизацию полученных знаний по маркетингу в целом и по избранной теме в частности; выработку навыков сбора и обобщения практического материала, работы с первоисточниками; развитие умений применять полученные знания для решения конкретных научных и практических проблем, формулировать и аргументировать собственную позицию в их решении.

В данном виде учебной работы обучающегося присутствуют элементы самостоятельного научного исследования. Работа выполняется по индивидуальным вариантам.

Рекомендуемая структура работы:

ВВЕДЕНИЕ

1 Теоретические аспекты проведения маркетинговых исследований

1.1 Основные понятия, объекты, цели и задачи проведения маркетинговых исследований

1.2 Виды маркетинговых исследований и их особенности

1.3 Методы проведения маркетинговых исследований

1.4 Этапы проведения маркетинговых исследований

2 Аналитическая часть

2.1 Общая характеристика объекта исследования

2.2. PEST-анализ рынка

2.3. Определение товарного предложения, спроса и доли предприятий на рынке

2.4. Оценка степени монополизации рынка и состояния конкурентной среды

2.5. Сегментирование потребителей рынка

2.6. Определение отношения потребителей к новому товару (услуге) при продвижении их на исследуемый рынок

3 Анализ конкурентоспособности (наименование товара/услуги), представленного на рынке

3.1. Расчет коэффициентов значимости параметров качества товаров

3.2 Оценка конкурентоспособности (товара/услуги)

3.3. Позиционирование нового товара (услуги) на исследуемом рынке

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Темы курсовой работы

1. Маркетинговое исследование российского рынка молока
2. Маркетинговое исследование российского рынка безалкогольных напитков
3. Маркетинговое исследование российского рынка чая
4. Маркетинговое исследование российского рынка кофе
5. Маркетинговое исследование российского рынка парфюмерии
6. Маркетинговое исследование российского рынка шоколада
7. Маркетинговое исследование российского рынка мяса
8. Маркетинговое исследование российского рынка сахара
9. Маркетинговое исследование российского рынка детского питания
10. Маркетинговое исследование российского рынка соков и нектаров
11. Маркетинговое исследование российского рынка фаст-фуда
12. Маркетинговое исследование российского рынка муки
13. Маркетинговое исследование российского рынка хлебо-булочных изделий
14. Маркетинговое исследование российского рынка фруктов
15. Маркетинговое исследование российского рынка картофеля
16. Маркетинговое исследование российского рынка холодильников
17. Маркетинговое исследование российского рынка стиральных машин
18. Маркетинговое исследование российского рынка компьютеров
19. Маркетинговое исследование российского рынка мобильных телефонов
20. Маркетинговое исследование российского рынка телевизоров
21. Маркетинговое исследование российского рынка кондиционеров
22. Маркетинговое исследование российского рынка пылесосов
23. Маркетинговое исследование российского рынка колбасных изделий
24. Маркетинговое исследование российского рынка растительного масла
25. Маркетинговое исследование российского рынка минеральной и питьевой воды
26. Маркетинговое исследование российского рынка моющих средств
27. Маркетинговое исследование российского рынка товаров для животных
28. Маркетинговое исследование российского рынка косметики
29. Маркетинговое исследование российского рынка керамической плитки
30. Маркетинговое исследование российского рынка кирпича
31. Маркетинговое исследование российского рынка автомобилей
32. Маркетинговое исследование российского рынка ювелирных изделий
33. Маркетинговое исследование российского рынка лакокрасочных материалов
34. Маркетинговое исследование российского рынка обоев
35. Маркетинговое исследование российского кинорынка
36. Маркетинговое исследование российского книжного рынка
37. Маркетинговое исследование российского рынка канцелярских товаров
38. Маркетинговое исследование российского рынка бумаги для офиса
39. Маркетинговое исследование рынка услуг городского пассажирского транспорта в СПб
40. Маркетинговое исследование рынка таксомоторных услуг в СПб
41. Маркетинговое исследование российского рынка туристических услуг
42. Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг в СПб
43. Маркетинговое исследование рынка фитнес услуг в СПб
44. Маркетинговое исследование российского рынка услуг сотовой связи

45. Маркетинговое исследование российского рынка товаров для спорта и туризма
46. Маркетинговое исследование российского рынка обуви
47. Маркетинговое исследование российского рынка жевательной резинки
48. Маркетинговое исследование российского рынка снеков
49. Маркетинговое исследование российского рынка крупы
50. Маркетинговое исследование российского рынка замороженных овощей
51. Маркетинговое исследование российского рынкапельменей
52. Маркетинговое исследование российского рынка орехов
53. Маркетинговое исследование российского рынка мороженого
54. Маркетинговое исследование российского рынка рыбы

55. Маркетинговое исследование российского рынка *

**Студент может самостоятельно выбрать рынок для маркетингового исследования после консультации с руководителем.*

Руководитель регистрирует тему, утверждает содержание работы, консультирует студента в процессе подготовки, проверяет работу, организует защиту. Работа допускается к защите на основании положительного отзыва руководителя. Защита проводится в соответствии с графиком.