1 - практикалық тапсырма Маркетингтік зерттеулердің мәні. Маркетингтік зерттеулердегі ақпарат

Практикалық (семинарлық) сабақтың жоспары:

1. Маркетингтік зерттеулердің мәні.
2. Маркетингтік зерттеулердің ішкі және сыртқы бағыты
3. Маркетингтік ақпарат түсінігі.
4. Өнеркәсіптегі маркетингтік талдаудың ерекшелігі.

Тақырыпты (дәрістік материалды) бекіту үшін келесі сұрақтарды қарастыру және ауызша түрде қысқаша сауалнама жүргізу қажет:

1. Маркетингтік зерттеулердің мәнін түсіндіріңіз.
2. Маркетингтік зерттеулердің ішкі және сыртқы бағыттарын салыстырыңыз.
3. Маркетингтік ақпарат ұғымына анықтама беріңіз.
4. Маркетингтік ақпараттың сапасына қандай талаптар қойылады.
5. Өнеркәсіптік маркетингтің ерекшеліктерін сипаттаңыз.
6. Маркетингтік зерттеулердің нәтижелері кәсіпорынға қалай әсер етеді.

1-тапсырма. Берілген тақырыпқа байланысты кейс-жағдайларды қарастырыңыздар.

1. Кейс. Компания соңғы 1 жылдағы сату көлемін, табысын және клиенттер базасын талдап, қай өнімдердің жақсы сатылатынын анықтайды.

Бұл маркетингтік зерттеудің қай бағытына жатады?

2. Кейс. Компания нарықтағы бәсекелестердің бағаларын, өнім сапасын және жарнамалық стратегияларын зерттейді.

Бұл қандай зерттеу түрі?

3. Кейс. Компания тұтынушылардан жаңа өнім туралы пікір жинау үшін сауалнама жүргізеді.

Бұл қандай ақпарат түрі?

4. Кейс. Компания интернеттен, статистикалық агенттіктерден және есептерден дайын деректерді пайдаланады.

Бұл қандай ақпаратқа жатады және неліктен?

5. Кейс. Өндірістік компания ірі кәсіпорындарға өнім сатады және әрбір клиентпен жеке келіссөз жүргізеді.

Бұл қандай маркетинг ерекшелігін көрсетеді?

2-тапсырма

Төмендегі жағдайларды талдап, олардың түрін анықтаңыз және түсіндіріңіз.

1) Компания соңғы 6 айдағы сатылым көлемін, табысын, ең көп сатылған өнімдерді және клиенттер санын талдайды

2) Компания нарықтағы сұранысты, тұтынушылардың талғамын және бәсекелестердің әрекеттерін зерттейді

3) Компания жаңа өнім туралы тұтынушылардың пікірін білу үшін арнайы сауалнама жүргізеді

4) Компания интернеттегі аналитикалық есептерді, статистикалық мәліметтерді және нарықтық шолуларды пайдаланады

5 Компания бәсекелестердің бағасын, өнім сапасын және жарнамалық стратегиясын талдайды

3-тапсырма

Сіз жаңа киім дүкенін ашуды жоспарлап отырсыз. Нарықта бәсекелестік жоғары, сондықтан дұрыс маркетингтік зерттеу жүргізу өте маңызды.

Сіз маркетингтік зерттеу жүргізу кезеңдерін толық әрі нақты сипаттаңыз.

Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:

1. Армстронг Г., Котлер Ф.Т. Маркетинг негіздері/ Армстронг Г., Котлер Ф.Т.-Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019ж.-736б.

2. Куртланд Л. Бове., Джон В. Тилл. Қазіргі бизнес-коммуникация/Б. Куртланд., Т. Джон.-Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019ж.-736б.

3. Чарльз Хилл, Халт Томас. Халықаралық бизнес: жаһандық нарықтағы бәсеке, 12-басылым/ Чарльз Х.,Томас Х.-Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019ж.-720б.

4. Самиева Г. Т. Әдістемелік құрал 5В050800 «Есеп және аудит», 5В050900 «Қаржы» мамандықтары студенттері үшін «Маркетинг» пәні бойынша практикалық (семинар) сабағын жүргізу үшін арналған. Семей- 2016.