2 - практикалық тапсырма Маркетингтік зерттеулер үдерісі, іріктеп зерттеулер

Практикалық (семинарлық) сабақтың жоспары:

1. Маркетингтік зерттеулер жүргізу сызбасы. Негізгі кезеңдер. Жекелеген кезеңдердегі маркетингтік зерттеулер әдістері.
2. Іріктемелер ұғымы. Іріктемелік жоспар әзірлеу.
3. Іріктеменің көлемін анықтау. Түрлендірімдер ұғымы. Деректер жинауды ұйымдастыру.

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

1. Маркетингтік зерттеу үдерісінің негізгі кезеңдерін атаңыз және түсіндіріңіз.
2. Зерттеу мәселесін анықтау маңыздылығы.
3. Іріктеме ұғымы. Оның маркетингтік зерттеудегі рөлін түсіндіріңіз.
4. Іріктемелік жоспар дегеніміз не және ол қандай элементтерден тұрады.
5. Іріктеме көлемін қалай анықтайды. Оның нәтижеге әсері.
6. Деректери жинау әдістерін сипаттаңыз.

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

1. Кейс. Компания сатылымның төмендеу себебін анықтағысы келеді және зерттеу мақсатын нақтылайды.

Бұл зерттеу үдерісінің қай кезеңі?

2. Кейс. Компания қандай әдіспен дерек жинайтынын (сауалнама, сұхбат) және қанша адам қатысатынын жоспарлайды.

Бұл зерттеудің қай кезеңі?

3. Кейс. Компания тұтынушылар арасында сауалнама жүргізеді.

Бұл қай кезең?

4. Кейс. Жиналған мәліметтер өңделіп, диаграмма және қорытынды жасалады.

Бұл қай кезең?

5. Кейс. Компания зерттеу нәтижесіне сүйеніп, жаңа маркетингтік стратегия қабылдайды.

Бұл қай кезең?

2-тапсырма

Берілген зерттеу жағдайларын талдап, олардың қай түріне жататынын аңықтаныз және себебін түсіндіріңіз.

1) Компания 10 000 клиенттің ішінен кездейсоқ 500 адамды таңдайды
2) Компания тек студенттер арасында зерттеу жүргізеді
3) Әртүрлі жас топтарынан адамдар таңдалады
4) Компания дүкенге келген адамдардан ғана сұрайды
5) Компания зерттеу алдында қанша адам қатысатынын есептейді

3-тапсырма

Сіз жаңа мобильді қосымша (тамақ жеткізу сервисі) жасадыңыз және оны нарыққа шығар алдында маркетингтік зерттеу жүргізуіңіз керек.

Сіз маркетингтік зерттеу үдерісін кезең-кезеңімен толық 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. Карасев А. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – М.: Юрайт, 2020. 315 с.

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.