Курсовая работа по дисциплине «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» состоит из двух разделов.

Введение. Во введение раскрывается актуальность темы, цели и задачи курсовой работы, объект и предмет, прописываете методологию исследования, структуру курсовой работы.

В первом разделе курсовой работы вы анализируется три компании, которые работают в выбранном сегменте. Выбранный сегмент звучит в названии курсовой работы.

Например, вы выбираете тему «Маркетинговые исследования рынка рекламы фитнес услуг». Вы выбираете три фитнес клуба, которые работают на рынке города Санкт-Петербурга.

Описываете выбранные компании, миссию, цели, задачи. Оцениваете с точки зрения комплекса маркетинга. Проводите конкурентный анализ для выявление наиболее выгодного фитнес-клуба, а также анализируете его рекламную деятельность от фирменного стиля до проведения масштабных рекламных кампаний. Проводите оценку представленности компаний в социальных сетях.

Проводите конкурентный анализ по методам прямого продвижения (прямая и непрямая реклама).

Формируете выводы по проведенным исследованиям.

Данный раздел формируется путем оценки вторичной информации, которая представлена в сети Интернет.

Во втором разделе курсовой работы вы проводите онлайн анкетирование с помощью бесплатного сервиса (отдельная презентация выгружена в Материалах).

Цель данного исследования выявить лучшую рекламу в выбранном сегменте по теме вашей курсовой работы.

Например, тема «Маркетинговые исследования рынка рекламы фитнес услуг». Вы выбираете несколько видов рекламных коммуникаций (или наружная реклама, или социальные сети и т.д.). Формируете анкету, проводите опрос и подготавливаете отчет и подкрепляете ваши полученные результаты выводами.

Выбор рекламных коммуникаций в курсовые работы вы должны обосновать (количество 3-5).

Заключение. В заключении курсовой работы вы формируете выводы проведенной работы.

Список использованных источников. Как минимум 20 источников, включая Интернет-ресурсы с подробным описанием и датой обращения.

Книги: Наиболее современные (не старее 5 лет от момента проведения исследования).

Источники последних 10-20 лет издания – не более 20% от общего числа в списке литературы. Если конкретное исследование имеет современную историю, то неразумно задействовать более старую информацию.

Приложение А. Анкета формирующая опрос третьего раздела.

Приложение А

Примерные темы курсовых работ по дисциплине «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

1. Маркетинговые исследования рынка рекламы детских магазинов.
2. Маркетинговые исследования рынка рекламы шоколадных конфет.
3. Маркетинговые исследования рынка рекламы продуктов питания.
4. Маркетинговые исследования рынка рекламы молочной продукции.
5. Маркетинговые исследования рынка рекламы прохладительных напитков.
6. Маркетинговые исследования рынка рекламы футбольных команд.
7. Маркетинговые исследования рынка рекламы торгово-развлекательных комплексов.
8. Маркетинговые исследования рынка рекламы кинотеатров.
9. Маркетинговые исследования рынка онлайн кинотеатров.
10. Маркетинговые исследования рынка рекламы ресторанов быстрого питания.
11. Маркетинговые исследования рынка рекламы ресторанов премиум сегмента.
12. Маркетинговые исследования рынка рекламы строительных компаний.
13. Маркетинговые исследования рынка онлайн образования.
14. Маркетинговые исследования рынка рекламы авиаперевозчиков.
15. Маркетинговые исследования рынка рекламы косметической продукции.
16. Маркетинговые исследования рынка рекламы спортивной продукции.
17. Маркетинговые исследования рынка рекламы парфюмерной продукции.
18. Маркетинговые исследования рынка рекламы музыкальных коллективов.
19. Маркетинговые исследования рынка рекламы туристических услуг.
20. Маркетинговые исследования рынка рекламы культурных услуг (музеи, выставки т.д.).
21. Маркетинговые исследования рынка рекламы дилерского центра автомобилей.
22. Маркетинговые исследования рынка рекламы алкогольной продукции.
23. Маркетинговые исследования рынка рекламы образовательных услуг.
24. Маркетинговые исследования рынка рекламы йога центров.
25. Маркетинговые исследования рынка рекламы фитнес услуг
26. Маркетинговые исследования рынка рекламы медицинских услуг (можно выбрать определенную сферу, стоматология, косметология).
27. Можно выбрать любую интересующую вас тему об образовании, городской инфраструктуре, о литературе, искусстве, спорте в Москве и Санкт-Петербурге. Единственное требование: об этой теме существует общественное мнение и реклама, люди должны об этом думать, а если это учреждения культуры и искусства, посещать их.