

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

1. Исследование среды маркетинга с целью разработки стратегии деятельности предприятия на рынке.
2. Маркетинговые исследования конкурентов с целью разработки конкурентной стратегии предприятия.
3. Маркетинговое исследование конкурентоспособности предприятия.
4. Маркетинговые исследования с целью оценки емкости рынка и прогнозирования спроса на товар (услугу).
5. Анализ конъюнктуры рынка товаров.
6. Анализ конъюнктуры рынка услуг.
7. Маркетинговые исследования с целью сегментации рынка и выбора целевого сегмента.
8. Маркетинговые исследования факторов, оказывающих влияние на поведение потребителей.
9. Исследование потребностей и мотивов поведения покупателей.
10. Исследование поведения покупателей при покупке товара.
11. Исследование поведения покупателей при выборе поставщика услуги.
12. Исследование степени удовлетворенности покупателей товаром (услугой).
13. Исследование особенностей покупательского поведения предприятий (организаций).
14. Маркетинговые исследования позиционирования товара на рынке.
15. Исследование имиджа торговой марки.
16. Исследование имиджа предприятия.
17. Маркетинговые исследования конкурентоспособности товаров.
18. Маркетинговые исследования конкурентоспособности услуг.
19. Маркетинговые исследования процесса оказания услуг.
20. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой и внедрением на рынок новых товаров (услуг).
21. Использование маркетинговых исследований для разработки и проверки концепции товара.
22. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой концепции оказания услуги.
23. Использование маркетинговых исследований для создания и тестирования торговой марки.
24. Тестирование дизайна упаковки товара.
25. Маркетинговые исследования ассортиментной политики предприятия.
26. Маркетинговые исследования с целью оптимизации производственного ассортимента предприятия.
27. Маркетинговые исследования с целью оптимизации торгового ассортимента предприятия.

28. Маркетинговые исследования, связанные с установлением цены на товар.
29. Маркетинговые исследования, связанные с анализом и разработкой ценовой политики предприятия.
30. Маркетинговые исследования восприятия потребителями уровня цен на товар (услугу).
31. Маркетинговые исследования системы товародвижения предприятия.
32. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой системы товародвижения предприятия.
33. Маркетинговые исследования с целью выбора каналов продаж для нового товара.
34. Маркетинговые исследования возможностей экспорта товаров.
35. Маркетинговые исследования с целью выбора зарубежных рынков сбыта товара.
36. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой концепции торговых точек.
37. Маркетинговые исследования, связанные с выбором и оценкой работы посредников в каналах сбыта.
38. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой мероприятий по стимулированию посредников в каналах сбыта.
39. Маркетинговые исследования с целью разработки коммуникационной политики предприятия.
40. Маркетинговые исследования с целью прогнозирования и моделирования продаж.
41. Исследование эффективности рекламы.
42. Анализ средств массовой информации для размещения рекламных обращений.
43. Маркетинговые исследования с целью разработки концепции рекламного обращения.
44. Медиа-исследования.
45. Тестирование и оценка мероприятий по стимулированию сбыта.
46. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой концепции личной продажи товара.
47. Маркетинговые исследования, связанные с планированием выставочно-ярмарочных мероприятий.
48. Анализ результатов участия предприятия в выставочно-ярмарочных мероприятиях.
49. Маркетинговые исследования с целью оценки эффективности мероприятий по взаимодействию с общественностью.
50. Маркетинговые исследования с целью разработки мероприятий по взаимоотношению с общественностью.