

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Уральский филиал
Кафедра «Экономика, финансы и управление»

О.Н. Климова

**ПРАКТИКУМ
ПО МАРКЕТИНГОВЫМ ИССЛЕДОВАНИЯМ**

Методические указания по выполнению проектной работы
для студентов, обучающихся по направлению
38.03.02 «Менеджмент»,
образовательная программа «Управление бизнесом»,
профиль «Менеджмент организации»
(программа подготовки бакалавров)

*Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и управление»
протокол № 6 от 14 февраля 2023 г.*

Челябинск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Порядок выбора и утверждения темы.....	3
2. Организация и контроль за выполнением проектной работы.....	4
3. Подбор и изучение источников.....	5
4. Структура и содержание проектной работы.....	6
5. Подготовка тезисов доклада для защиты.....	12
6. Защита проектных работ.....	12
7. Примерная тематика проектных работ.....	12
8. Рекомендуемый библиографический список.....	15
Приложение.....	16

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с учебным планом подготовки студенты, обучающиеся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» образовательная программа «Управление бизнесом», профиль «Менеджмент организации», должны выполнить проектную работу по дисциплине «Практикум по маркетинговым исследованиям» и представить ее к сроку, установленному учебным графиком.

Проектная работа является одним из основных видов самостоятельной работы студентов в ВУЗе, направленной на: закрепление, углубление и обобщение знаний по базовой учебной дисциплине профессионального цикла; овладение методами научных исследований; формирование навыков решения поставленных задач в ходе научного исследования; умение творчески использовать полученные знания.

Проектная работа – это документ, представляющий собой форму отчетности по самостоятельной работе студента, содержащий систематизированные сведения по определенной теме.

Целью выполнения проектной работы является формирование навыков самостоятельного творческого решения профессиональных задач.

Задачами выполнения проектной работы являются систематизация, закрепление, углубление и расширение приобретенных студентом знаний, умений, навыков по учебной дисциплине.

В процессе написания и защиты проектной работы студенты должны проявить знание теоретических и методологических основ финансовой науки, микро- и макроэкономики, статистики, права; продемонстрировать умение работать с литературными источниками, способность анализировать, обобщать информацию; принимать управленческие решения на основе сделанных выводов; логически и чётко излагать материал.

Тема проектной работы выбирается на основании предлагаемой тематики по согласованию с руководителем.

1 ПОРЯДОК ВЫБОРА И УТВЕРЖДЕНИЯ ТЕМЫ

При выборе темы проектной работы студент должен, прежде всего, ориентироваться на свои научные интересы, предполагая, что данная работа может участвовать в конкурсах научных работ всех уровней и должна служить основой написания выпускной квалификационной работы магистранта.

Примерная тематика проектных работ по дисциплине «Практикум по маркетинговым исследованиям» представлена в п. 7 данных методических указаний.

Студент имеет право выбрать одну из предлагаемых тем, либо, по согласованию с научным руководителем, возможна корректировка темы или утверждение инициативной темы студента, имеющей практическую значимость и перспективы дальнейшего исследования данной проблемы.

Закрепление темы проектной работы за студентом утверждается научным руководителем.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ ЗА ВЫПОЛНЕНИЕМ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ

Студент выполняет проектную работу под руководством научного руководителя в соответствии с утвержденным графиком.

В обязанности научного руководителя контрольной работы входит:

- оказание консультационной помощи студенту в определении окончательной темы работы, в подготовке плана, в подборе литературы и фактического материала;
- содействие в выборе методики исследования;
- осуществление систематического контроля за ходом выполнения работы в соответствии с планом и сроками ее выполнения;
- оценка качества выполнения работы в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями.

При выполнении контрольной работы студент должен:

- собрать информацию по теме;
- изучить и проанализировать собранные материалы;
- систематизировать и обобщить имеющуюся информацию;
- самостоятельно решить поставленные задачи;
- логически обосновать и сформулировать выводы, предложения и рекомендации.

Студент как автор проектной работы несет ответственность за достоверность всей информации, содержащейся в работе, и соблюдение сроков ее представления.

Готовая проектная работа на бумажном носителе представляется на проверку научному руководителю на кафедру не позднее, чем за три недели до установленного срока защиты. Проверка работы перед защитой является обязательной. Работа проверяется руководителем в течение 10-14 дней и возвращается студенту подписанной и допущенной к защите. При незначительных замечаниях студентом вносятся исправления. Проектная работа не допускается к защите в случаях непредставления работы на проверку в

установленный срок и грубых нарушений правил оформления проектной работы. Спорные вопросы, связанные с выполнением проектной работы, решаются совместно студентом и научным руководителем. При невозможности принять согласованное решение вопрос решается единолично заведующим кафедрой либо выносится на обсуждение на заседание кафедры.

3 ПОДБОР И ИЗУЧЕНИЕ ИСТОЧНИКОВ

Важным условием успешного выполнения проектной работы является правильный подбор и изучение студентом материалов, отражающих содержание излагаемой темы. Для написания проектной работы рекомендуется изучить не менее 15 источников.

Все материалы, используемые в процессе выполнения работы, можно условно разделить на теоретические и практические.

К теоретическим материалам относятся:

- законодательные акты, нормативные документы, материалы государственных органов;
- учебная, научная и методическая литература, книги, брошюры по специальным вопросам

К практическим материалам относятся:

- статистические сборники, справочники, журналы и газетные статьи;
- материалы государственных органов власти и местного самоуправления, предприятий, домашних хозяйств.

В методических указаниях содержится рекомендуемый библиографический список для проектной работы, который содержит перечень основных источников. Кроме того, необходимо использовать в качестве дополнительных источников новейшие источники по специальным вопросам, которые не вошли в данный список, а также информационные ресурсы сети Интернет. Рекомендуется ознакомиться и с публикациями, освещающими зарубежный опыт по изучаемым вопросам в российских и зарубежных периодических изданиях.

Весь собранный теоретический материал должен быть хорошо изучен, проанализирован и творчески использован в выполняемой работе. Не допускается механическое заимствование текста из литературных источников. Все приводимые в работе цитаты, заимствования и цифровые данные, полученные другими авторами, должны иметь ссылки на источники. Проектная работа должна содержать практические материалы по

изучаемой теме, иллюстрирующие приводимые студентом положения и сделанные на их основе выводы.

Все приводимые в работе данные (таблицы, рисунки) должны быть тщательно проанализированы, прокомментированы, логически увязаны с темой работы и использованы для обоснования выводов и предложений.

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ

При написании проектной работы студент должен разобраться в теоретических вопросах избранной темы, самостоятельно проанализировать собранный практический материал, разработать и обосновать предложения, направленные на совершенствование предмета исследования. Решение поставленных задач определяет содержание контрольной работы.

Проектная работа студента должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Указанный перечень определяет последовательность расположения составных частей работы.

Титульный лист является первым листом работы (нумерация на нем не проставляется). Титульный лист должен содержать все установленные реквизиты (Приложение А).

Содержание включает перечень наименований всех разделов и подразделов работы с указанием номеров страниц, на которых размещается начало материала. Содержание дает наглядное представление о структуре и основных проблемах, освещаемых в работе, позволяет ориентироваться в ней.

Во введении кратко обосновывается целесообразность выбора темы контрольной работы, ее значимость и актуальность, степень изученности в отечественной и мировой теории и практике. Должны быть четко определены объект, предмет, цель исследования и сформулированы задачи исследуемой проблемы. Объем введения не должен превышать трех страниц печатного текста.

Основная часть работы делится на разделы и подразделы. Каждый элемент основной части (раздел, подраздел) должен представлять собой законченный в смысловом отношении фрагмент работы. В структуре основной части должно быть выделено не менее двух разделов, а в их составе не менее двух подразделов.

Основная часть работы начинается с обзора литературы по выбранной тематике, в котором полно и систематизировано излагается состояние вопроса, проводится анализ нормативных и законодательных актов, данных учебной и специальной литературы, периодической печати. Обзор литературы предполагает сравнение и сопоставление мнений отечественных и зарубежных авторов по исследуемому вопросу, оценку противоречивых сведений, содержащихся в различных информационных источниках.

В заключении кратко формулируются основные выводы и рекомендации по результатам исследования. Объем заключения составляет не более трех страниц.

На последней странице заключения студент проставляет дату окончания работы и подпись.

Список использованных источников отражает степень изученности студентом рассматриваемой проблемы.

Приложение содержит вспомогательные материалы: копии документов предприятия, громоздкие таблицы и расчеты, первичные и справочные материалы, иллюстрации вспомогательного характера и другие материалы.

Общий объем работы должен составлять примерно 15-20 страниц текста.

Правила составления проекта:

1. Информация, которую несет в себе проект, должна быть четкая, емкая, краткая.
2. Проект должен быть доступен в изучении и понимании, т.е. понятен широкому кругу людей, а не только узкому кругу специалистов.
3. Используется деловой стиль написания.
4. В проекте должны присутствовать не только положительные, но и отрицательные моменты, степень риска.
5. Проект должен быть одновременно и серьезным аналитическим документом и средством рекламы.
6. Проект имеет четкие сроки выполнения.

Основные функции проектирования:

1. Планирование (позволяет определить стратегические направления и осуществлять непосредственное планирование деятельности фирмы).
2. Финансирование (позволяет привлекать извне денежные средства).

3. Кооперирование (позволяет привлекать к реализации планов компании потенциальных партнеров, которые пожелают вложить в производство собственный капитал или имеющуюся у них технологию).

Основные разделы проектной работы

Структура и содержание проекта зависит от того, для какой цели он разрабатывается.

Проект должен иметь титульный лист и оглавление (вторая страница). Титульный лист имеет следующее содержание:

- заголовок плана;
- дата его подготовки и срок исполнения;
- кто подготовил проект, полное название и адрес фирмы, имя предпринимателя (руководителя) и его телефон;
- для кого подготовлен проект;
- иногда рекомендует включить в титульный лист заявление о том, что содержащиеся в документе сведения не подлежат разглашению, - так фиксируется право предпринимателя на свою идею.

Оглавление – это наиболее читаемая часть работы, после титульного листа и резюме. Оно должно дать четкое представление обо всем содержании проектной работы. Оглавление не должно быть перенасыщено деталями, однако необходимо выделить подзаголовки наиболее значимых разделов плана и не забыть пронумеровать страницы.

В самом общем виде проект состоит из 8 разделов:

1. Резюме или общее описание проекта
2. Товар (продукция, работы, услуги) или мероприятия
3. Организационный раздел
4. План-график разработки и реализации проекта
5. Юридический раздел
6. Финансовый раздел
7. Риски и проблемы
8. Приложения.

Резюме является одним из самых важных разделов. Основная задача резюме – заинтересовать предполагаемого адресата проекта, например, банк или инвестора, в дальнейшем его изучении. Зачастую, это наиболее часто читаемый раздел проекта, а, в ряде случаев, единственно изучаемый его раздел.

По объему резюме состоит из 1-2 страниц (иногда 3-4, резюме большего объема делать не рекомендуется), предельная простота, лаконичность, минимум специальных терминов –

вот основные требования к резюме. Его текст должен быть понятен и не специалисту – предельная простота и лаконичность изложения, минимум специальных терминов.

Несмотря на то, что резюме открывает проект, составляется оно в самом конце работы над проектом, когда уже готовы все остальные разделы.

Примерный перечень вопросов к разделу «Резюме»:

1. Что представляет собой проект, продукция или услуга;
2. Место реализации проекта;
3. Цель проекта;
4. Сведения об участниках проекта – инициатор проекта, заемщик, инвестор (при наличии);

Товар (продукция или услуги). В этом разделе необходимо показать, что представляет собой продукция (услуги). Основное внимание должно быть уделено товарным характеристикам продукции:

- конкретное описание товара и способов его применения, при этом свойства товара должны быть увязаны с потребностями его потенциальных покупателей;
- отличительные качества от уже имеющихся на рынке товаров;
- уровень защиты товара (располагает ли предприниматель патентом, авторскими правами, зарегистрированной торговой маркой);
- тенденции применения данного товара (будет ли с течением времени его потребление возрастать или уменьшаться, возможны ли новые способы его применения), т.е. описать жизненный цикл товара.

В раздел «Описание продукции» рекомендуется включить наглядное изображение товара, например, рисунки или фотографии, для улучшения его восприятия потенциальными адресатами проекта.

В этом разделе также целесообразно определить круг потенциальных покупателей и описать каким образом Вы планируете их завоевывать.

При наличии соответствующих данных, в ряде случаев имеет смысл привести перечень потенциальных потребителей уже проявивших заинтересованность в Вашей продукции.

Организационный раздел. В этом разделе проекта необходимо показать, кто и чем будет заниматься, как организовано взаимодействие между всеми участниками проекта и как планируется координировать и контролировать их деятельность.

В разделе «Организационный план» также приводят сведения об имеющихся специалистах и данные об их квалификации, информацию о системе оплаты труда.

Также имеет смысл привести сведения о команде управления проектом, их образовании и опыте работы в данной области, показать каким образом будут распределяться обязанности и ответственность.

Если же речь идет о проекте, который реализуется впервые, то здесь следует определить какие именно специалисты и на каком этапе потребуются вам для успешного ведения дел, на каких условиях вы будете их привлекать (на постоянную работу, в качестве совместителей, по контракту и т.п.), какие требования будут предъявляться к кандидатам, предусматриваются ли мероприятия по повышению квалификации сотрудников и т.п.

План-график реализации проекта. Главная задача этого раздела - показать, что команда будет в состоянии разработать или реализовать проект в заданные сроки.

В разделе «План-график реализации проекта» следует привести описание производственного процесса, включая технологию, расчет производственных мощностей предприятия, обоснование режима работы оборудования и планируемой производственной программы по выпуску продукции, расчет потребности в материалах, человеческих и топливно-энергетических ресурсах. Здесь же стоит сделать расчет потребности в основных фондах, включая приобретение земли, строительство зданий, сооружений и коммуникаций, покупку и монтаж оборудования.

Другим важным элементом планирования, который следует отразить в разделе «План производства», является схема производственных потоков на предприятии, включающая в себя систему материально-технического обеспечения (поставщики, условия поставки и расчетов) и систему управления производственными запасами.

Например, для производственного проекта необходимо включать ответы на следующие вопросы:

- где будет производиться продукция (услуги);
- нужно ли создание новых производственных мощностей или можно использовать имеющиеся;
- каков планируемый оптимальный объем производства;
- какие необходимы инвестиции для достижения оптимальной мощности;
- сроки и объемы инвестиций (график инвестиций);
- как предприятие будет обеспечено сырьем, комплектующими, другими факторами производства;
- какие будут использованы технологии и оборудование;
- производственная и полная себестоимость продукции.

Иными словами, в разделе «План-график реализации проекта» необходимо объяснить

каким образом будут организованы все процессы проекта, от момента закупки сырья и материалов до момента выпуска готовой продукции, включая формирование всех расходов на производство.

Юридический план. Этот раздел оформляется в тех случаях, когда организационно-правовая форма предприятия или другие юридические аспекты реализации инвестиционного проекта имеют принципиальное значение. Раздел должен включать ответы на следующие вопросы:

- каков правовой статус, форма собственности ан предприятии;
- какими правами будет располагать потенциальный инвестор;
- какими юридическими правами располагает предприятие;
- какими лицензиями и патентами владеет компания для реализации проекта;
- как юридически оформляются отношения работодателя и работников компании.

Финансовый раздел проекта. Финансовый раздел состоит из плана прибылей и убытков и плана-баланса. К ним может присоединяться план по точке безубыточности.

Риски и проблемы.

Оформляется в случае, когда проект имеет высокую степень риска (венчурные проекты). Раздел содержит следующие вопросы:

- выявление и классификация факторов риска;
- оценка чувствительности проекта к различным рискам;
- разработка сценариев осуществления проекта (нормального, пессимистического, оптимистического);
- оценка эффективности проекта с учетом вероятности осуществления различных сценариев.

В этом разделе следует привести перечень основных рисков Вашего проекта и определить мероприятия, которые Вы намерены проводить в случае наступления того или иного события с целью минимизации возможных потерь.

Если же Вы хотите выполнить развернутый анализ вероятности реализации проекта, то здесь следует рассчитать точку безубыточности и сделать анализ чувствительности и устойчивости проекта.

Оформление проектной работы должно соответствовать утвержденным в филиале методическим указаниям «Правила оформления контрольных работ, контрольных проектов, научных и выпускных квалификационных работ»

5 ПОДГОТОВКА ТЕЗИСОВ ДОКЛАДА ДЛЯ ЗАЩИТЫ

Для защиты студент должен заранее подготовить тезисы доклада. В докладе студент за отведенное время (5-7 минут) должен осветить актуальность и значимость выбранной темы, объект, предмет, цель работы и поставленные задачи, раскрыть сущность исследуемого вопроса и подвести итоги проведенной работы. При необходимости следует пояснить структуру работы и логику изложения материала. Целесообразно указать, какие материалы послужили основой работы и каков период исследования.

6 ЗАЩИТА ПРОЕКТНЫХ РАБОТ

Защита проектной работы носит публичный характер и включает доклад студента и ответы на вопросы по теме работы, задаваемые как руководителем работы, так и присутствующими на защите лицами.

Решение об оценке проектной работы принимается руководителем работы с учетом объема и качества работы, степени раскрытия выбранной темы, соблюдения требований, предъявляемых к оформлению работы и уровня защиты работы.

Студенты, получившие при защите проектной работы неудовлетворительную оценку, должны произвести необходимую доработку и подготовить подробный доклад для повторной защиты.

7 ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ПРОЕКТНЫХ РАБОТ

Выбор варианта проектной работы зависит от номера фамилии студента, указанного в журнале группы. По согласованию с преподавателем, ведущим предмет, выбор может быть произвольным, но не повторяющим одно и то же задание несколькими студентам.

Примерные темы для проектных работ

1 Маркетинговые исследования потребителей: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

2 Маркетинговые исследования предприятий розничного рынка: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

3 Маркетинговые исследования предприятий оптовой торговли: возможные

проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

4 Маркетинговые исследования рекламной деятельности на рынке B2B: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

5 Маркетинговые исследования рекламной деятельности на рынке B2C: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

6 Маркетинговые исследования динамики цен на товары повседневного спроса: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

7 Маркетинговые исследования динамики цен на товары производственного назначения: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

8 Маркетинговые исследования динамики цен на товары премиум-класса: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

9 Маркетинговые исследования конкурентов: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

10 Маркетинговые исследования продвижения товаров и продаж: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

11 Маркетинговые исследования товаров: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

12 Маркетинговые исследования посредников организации: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

13 Маркетинговые исследования поставщиков: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

14 Маркетинговые исследования покупательского поведения на рынке B2B: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники

информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

15 Маркетинговые исследования покупательского поведения на рынке B2C: возможные проблемы и цели исследования, виды используемой информации, источники информации, объекты исследования, применяемые методы исследования.

8 РЕКОМЕНДУЕМЫЙ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Налоговый кодекс РФ.
3. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1.(в ред. Федерального закона от 09.01.1996, № 2-ФЗ) (с изм. и доп.)
4. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.).
5. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06.05.1998 № 70-ФЗ.
6. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с учетом дополнений и изменений) (с изм. и доп.).

Основная литература

1. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/product/1058467>
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 294 с. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/product/1093671>
3. Складар, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Складар, Г. И. Авдеевко, В. А. Алексунин. — 2-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 214 с. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/product/1091794>

Дополнительная литература

4. Божук С. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата/ С.Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2018. - 304 с. - (Серия: Бакалавр. Академический курс). – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/marketingovye-issledovaniya-426419>
5. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов /

Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп.– М.: Издательство Юрайт, 2017. – 570 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс) <https://ez.el.fa.ru:2057/book/marketingovye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-406877>

6. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для академического бакалавриата, обуч. по экономич. напр. и спец. / Финуниверситет ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014. - 367 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/informacionnye-tehnologii-v-marketinge-412923>

7. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс]: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А.П. Карасев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2018. - 315 с. – (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-413309>

8. Чернышева А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - Москва: Издательство Юрайт, 2018. - 244 с.– Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-420923>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»,
необходимых для освоения дисциплины**

1. Кодекс. Информационно-правовая система <http://www.kodeks.net/>
2. КонсультантПлюс. Справочно-правовая система <http://www.consultant.ru/>
3. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
4. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
5. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
6. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
7. Сайт Гильдии маркетологов – <http://www.marketologi.ru>
8. Сайты маркетинговых и коммуникационных агентств.
9. Сайты российских и зарубежных финансовых организаций.
10. Система размещения контекстной рекламы Google - <http://adwords.google.com>
11. Анализ видимости в поисковых системах. - <http://www.site-auditor.ru>
12. Сервис для самостоятельного проведения маркетинговых исследований в Интернет.- <http://www.virtualexs.ru>

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ**

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

Проектная работа

по дисциплине:

«Практикум по маркетинговым исследованиям»

Вариант № ____

Тема - *

Студент: Фамилия И.О.

Группа:

Направление:

Профиль:

Личное дело № ***. **/*****

Преподаватель: доцент кафедры «Экономика, финансы и управление»
Фамилия И.О.

Челябинск 202_