МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«___» _____20 18 г.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., ст. преподаватель Конникова О.А.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 6
7.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 6
7.2. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ 7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 7
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
9.1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения данной дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих участвовать в планировании и реализации количественных маркетинговых исследований, знаний статистических методов обработки и интерпретации данных исследований, умений анализировать полученную в ходе исследований информацию, а также применять результаты исследований для решения проблем и задач в области маркетинговой деятельности организации.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов знаний процесса и результата количественных исследований в сфере маркетинга;
- обучение студентов логике построения дизайна количественного маркетингового исследования исходя из конкретной проблематики;
- овладение методами статистического анализа маркетинговых данных;
- овладение методами представления результатов исследования исходя из его целей и задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В. «Количественные методы исследований в маркетинге», относится к вариативной части Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимися после выбора обучающимся направленности (профиля) программы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ПК-10: владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Первый уровень (пороговый) (ПК-10) – 1	Знать: основные подходы к построению концептуальных моделей исследования, основные методы количественного анализа информации, используемые при принятии маркетинговых решений З1 (ПК-10); Уметь: адаптировать методы количественного анализа информации к конкретным задачам управления и маркетинга У1 (ПК-10); Владеть: навыками количественного анализа информации, представления результатов исследования В1 (ПК-10);
ДПК 1: способность выявлять проблему, разрабатывать дизайн маркетингового	Уровень 2 (продвинутый)	Знать: типовые маркетинговые задачи применения различных количественных методов обработки

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
исследования с определением типа исследования, цели и задач, источников информации, методов ее сбора и анализа.		данных, методы формирования репрезентативной выборки, методы сбора количественных данных; Уметь: формулировать гипотезы количественного исследования, обосновывать валидные количественные методы обработки данных исходя из особенностей решаемой маркетинговой задачи; Владеть: технологией обработки данных и применением количественных методов исследования
ДПК 2: способность самостоятельно осуществлять сбор и анализ маркетинговых данных с использованием разнообразных количественных и качественных методов сбора, обработки и анализа маркетинговых данных в современном программном обеспечении, а также готовить отчеты по результатам исследования и разрабатывать рекомендации в области совершенствования маркетинговой деятельности организации.	Уровень 2 (продвинутый)	Знать: основные количественные методы обработки данных, методы щкалирования и кодирования данных, методы обеспечения валидности и надежности данных в процессе тестирования гипотез; Уметь: собирать и обрабатывать первичную информацию с использованием релевантных количественных методов обработки данных, в том числе в современном программном обеспечении Владеть: навыками формирования отчетов по результатам количественных маркетинговых исследований и разработки рекомендаций в области совершенствования маркетинговых политик по инструментам маркетинг-микс

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 6 семестр, курсовая работа – 6 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование разделов и тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. Методология количественного маркетингового исследования	6	4	-	18
Тема 2. Разработка дизайна количественного маркетингового исследования	6	8	-	18
Тема 3. Сбор и подготовка данных к анализу. Графическая интерпретация данных. Показатели описательной	8	2	-	18

статистики. Метод таблиц сопряженности.				
Тема 4. Корреляционно-регрессионный анализ	6	2	-	18
Тема 5. Дисперсионный анализ. Дискриминантный анализ.	6	4	-	18
Тема 6. Основы факторного анализа. Основы кластерного анализа.	8	12	-	18
Всего по дисциплине:	**40**	**32**	**-**	**108**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методология количественного маркетингового исследования

Основные этапы методологии количественного маркетингового исследования. Постановка целей количественного исследования. Взаимосвязь практико-ориентированной проблемы и постановки задач, способствующих ее эффективному решению. Формулирование гипотез и планируемых результатов количественного исследования. Выявление зависимых и независимых переменных, выбор шкал для их оценки. Понятие ограничений исследования.

Тема 2. Разработка дизайна количественного маркетингового исследования

Понятие дизайна количественного исследования, подходы к его построению. Описание и выбор структуры исследования. Описание и характеристика процесса исследования. Выборка: методы формирования и расчет размера, обеспечение репрезентативности выборки. Обзор существующих количественных методов сбора информации. Краткая характеристика основных статистических методов анализа количественных данных. Обоснование валидных количественных методов обработки данных исходя из особенностей решаемой маркетинговой задачи. Составление плана проведения исследования. Формы для проведения количественных исследований. Проверка валидности и надежности данных. Форматы интерпретации полученных результатов.

Тема 3. Сбор и подготовка данных к анализу. Графическая интерпретация данных. Показатели описательной статистики. Метод таблиц сопряженности.

Особенности программного продукта IBM SPSS для обработки маркетинговой информации. Правила и особенности кодирования количественных данных. Преобразование и кодирование качественных переменных. Ввод информации. Графическое представление количественных данных. Описательная статистика данных. Средние меры. Стандартное отклонение и стандартная ошибка. Таблицы сопряженности признаков. Метод Хи-квадрат.

Тема 4. Корреляционно-регрессионный анализ

Назначение корреляционно-регрессионного анализа. Выбор коэффициента корреляции (Пирсона, Спирмена, Крамера). Составление корреляционной матрицы. Уравнение регрессии, значение коэффициентов регрессии. Значение критериев R-квадрат и значимость. Парная и множественная регрессия. Мультиколлинеарность переменных.

Тема 5. Дисперсионный анализ. Дискриминантный анализ.

Область применения дисперсионного анализа. Понятие дисперсии, коэффициент ковариации. Интерпретация результатов. Графическое представление. Область применения дискриминантного анализа. Уравнение дискриминации, составление классифицирующей функции, значения коэффициентов. Интерпретация результатов.

Тема 6. Основы факторного анализа. Основы кластерного анализа.

Сущность и этапы проведения факторного анализа. Вращение факторов и их интерпретация. Структура кластерного анализа. Этапы проведения. Необходимые значимые статистики. Построение дендрограмм и их интерпретация.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	*2*	*3*
1	Количественное исследование: планирование и проведение исследования	ПЗ / Анализ конкретных ситуаций
1	Количественное исследование: планирование и проведение исследования (продолжение)	ПЗ / Анализ конкретных ситуаций
2	Генеральная совокупность, формирование гипотезы для исследования	ПЗ / Анализ конкретных ситуаций
2	Генеральная совокупность, формирование гипотезы для исследования (продолжение)	ПЗ / Анализ конкретных ситуаций
1-2	Презентация аналитической работы 1	СЗ / Презентация
1-2	Презентация аналитической работы 1 (продолжение)	СЗ / Презентация
3	Связь навыков работы в Интернете и пола: метод Хи-квадрат	ПЗ / Решение практических задач.
4	Влияние расходов на продвижение товара на конкурентоспособность сети: составление корреляционной матрицы и регрессионного уравнения	ПЗ / Решение практических задач.
5	Зависимость размещения продукции в супермаркете и объема сбыта: сравнение средних значений	ПЗ / Решение практических задач.
	Обоснование выбора потребителей автомобилей: составление уравнения дискриминации	ПЗ / Решение практических задач.
6	Выделение группы схожих по значению параметров авиакомпании: роль факторного анализа	ПЗ / Решение практических задач.
	Выделение группы схожих по значению параметров авиакомпании: роль факторного анализа (продолжение)	ПЗ / Решение практических задач.
	Выделение кластеров потребителей безалкогольных напитков: основы сегментации путем проведения кластерного анализа	П З / Решение практических задач.
3-6	Презентация аналитической работы 2	СЗ / Презентация
3-6	Презентация аналитической работы 2 (продолжение)	СЗ / Презентация
1-6	Защита курсовой работы	СЗ/ Курсовая работа

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже, чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1-2	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 1. Подготовка раздела курсовой работы. Подготовка к экзамену.
3-6	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 2. Подготовка раздела курсовой работы. Подготовка к экзамену.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Количественные методы исследований в маркетинге» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

– проблемная лекция (тема №1);
– анализ конкретных ситуаций (темы №№3-6).

Проблемная лекция - Важнейшим показателем «проблемности» характера обучения является наличие познавательной проблемы. «Проблема» может быть сформулирована на основе материалов истории науки, социальной практики, в контексте предстоящей профессиональной деятельности. Лекция характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу. В состав методического обеспечения проблемной лекции входят: перечень «проблемных» вопросов для рассмотрения и последующего обсуждения (и их временной регламент); наглядные пособия (слайды, раздаточные материалы), отражающие не только теоретические положения дисциплины, но и фактографические данные, иллюстрирующие реальную практику в рассматриваемой области; подборка актуальных статей, материалов для рефлексивного чтения.

Анализ конкретных ситуаций - Анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания	Основная/ доп. литература	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	*2*	*3*	*4*
1. Трушникова, И.О. Количественные методы исследований в маркетинге : учебное пособие / И.О. Трушникова, О.И. Ширшова, О.А.Погребова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017.— 132 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Осн.	35	ЭБ OPAC.UNECON.RU
2. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Г. Моосмюллер, Н.Н.Ребик .— 2-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2011 .— 199 с. - Сведения доступны также по Интернету	Осн.	27	ЭБС ZNANIUM
3. Аренков, И.А.. Маркетинговые исследования и бенчмаркинг : учебное пособие / И.А. Аренков, Ю.Н. Соловьева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ,	Доп.	24	ЭБ OPAC.UNECON.RU

2013 .— 100 с. : ил., табл. —Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru			
4. Трушникова, И.О. Количественные методы исследований в маркетинге : практикум / И.О.Трушникова, О.А.Погребова, О.И.Ширшова ; под ред. О.У.Юлдашевой ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2015.— 54 с. : табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	55	ЭБ OPAC.UNECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения университета, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).