

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО  
Председатель УМС  
факультета государственной  
культурной политики  
А.Ю. Единак**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ  
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

**Название и код направления подготовки  
51.03.03 Социально-культурная деятельность**

**Профиль подготовки Менеджмент и технологии социально-культурной деятель-  
ности**

**Уровень квалификации бакалавр**

**Форма обучения очная, заочная**

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

**Год набора 2022**

**Химки 2022**

**Самостоятельная работа студентов (СРС)** – это особая форма организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. СРС – часть учебной планируемой работы, которая выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа является неотъемлемой составной частью процесса подготовки специалистов. Задача преподавателя – прививать студентам умение самостоятельно пополнять знания, ориентироваться в потоке информации.

**Задачи самостоятельной работы студентов.** Самостоятельная работа направлена на усвоение системы научных и профессиональных полученных студентами на аудиторных занятиях; формирования умений и навыков, приобретение опыта самостоятельной творческой деятельности; позволяет осуществлять текущий контроль за освоением курса и промежуточный контроль.

В зависимости от места и времени проведения, характера работы и способов контроля за результатами обучения рекомендуемые виды СРС по дисциплине подразделяются по целям:

- подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, практическим занятиям и семинарам);
- самостоятельное изучение отдельных тем (вопросов);
- подготовка к контролю знаний;
- подготовка реферата (эссе);
- выполнение заданий по НИРС.

Дидактические условия, обеспечивающие успешное выполнение самостоятельной работы: четкая формулировка задач и рекомендаций к выполнению; мотивированность учебного задания; целесообразное дозирование объема домашних заданий; определение преподавателем форм отчетности, сроков ее предоставления; определение видов консультационной помощи; критерии оценки, виды и формы контроля.

Содержание СРС по подготовке к аудиторным занятиям составляют: чтение и конспектирование рекомендованных преподавателем источников с последующим обсуждением конкретных вопросов на практических занятиях и семинарах; составление кратких обзоров наиболее характерных судебных дел с последующим обсуждением на семинаре; посещение по заданию преподавателя судебных заседаний, юридических отделов различных организаций, адвокатских кабинетов для ознакомления студентов с их работой и последующим анализом на практических и семинарских занятиях; подготовка отзывов на законопроекты в качестве домашних заданий с последующим обсуждением на аудиторных занятиях; составление проектов правовых документов с учетом изучаемой тематики с последующим их анализом на практическом занятии.

## Требования к представлению и оформлению результатов СРС

Самостоятельная работа студентов должна обладать следующими признаками:

быть выполненной лично студентом или являться самостоятельно выполненной частью коллективной работы согласно заданию преподавателя

представлять собой законченную разработку (законченный этап разработки), в которой раскрываются и анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным аспектам (актуальные проблемы изучаемой дисциплины и соответствующей сферы практической деятельности);

демонстрировать достаточную компетентность автора в раскрываемых вопросах;

иметь учебную, научную или практическую направленность и значимость (если речь идет об учебно-исследовательской работе);

содержать определенные элементы новизны (если СРС проведена в рамках научно-исследовательской работы).

Виды контроля СРС соответствуют видам контрольных мероприятий, предусмотренных учебной программой о системе оценки успеваемости студентов и предполагают:

*текущий* контроль, то есть оперативное, регулярное отслеживание уровня выполнения СРС на лекциях, лабораторных и практических занятиях;

*рубежный* контроль по окончании изучения дисциплины;

*промежуточный* контроль, который предполагает учет объема, своевременности и качества выполнения СРС по дисциплине за весь модуль или семестр и осуществляется на зачете или экзамене.

Самоконтроль - осознанное управление своей познавательно-практической деятельностью, осуществляемое студентом в процессе изучения дисциплины, при подготовке к контрольным внешним мероприятиям.

В качестве форм контроля СРС могут быть использованы:

- экспресс-опрос на лекции и практических занятиях;
- текущий устный выборочный опрос на практических занятиях;
- проверка письменных работ;
- письменное рецензирование;
- индивидуальное собеседование, консультация;
- тестирование;
- выступление с докладом, презентацией.

При проведении контрольных мероприятий преподаватель может применять различные формы и методы контроля в зависимости от его целей, числа студентов и формы СРС:

- устный;
- письменный;
- тестовый (бланковый и автоматизированный);
- фронтальный;

- оценка однокурсников или самооценка при проведении деловой игры;
- сплошной;
- выборочный.

Формы отчета студента перед преподавателем о результатах выполнения самостоятельной работы:

- 1) аргументированное решение ситуаций, задач;
- 2) конспекты, планы, справки, разработанные студентом;
- 3) графическое представление изученного учебного материала;
- 4) ответы на задания-тесты.

Контроль и оценка СРС должны носить систематический и обоснованный характер.

Оценка выставляется по результатам СРС за определенный контрольный период по накопительной системе.

Критерии оценки устанавливает преподаватель и доводит их до сведения студентов.

При применении рейтинговой системы оценки успеваемости студентов результаты СРС оцениваются в баллах рейтинга, входящих в структуру общей оценки

Оценка результатов самостоятельной работы каждого студента группы должна быть прокомментирована преподавателем на занятии.

Отставание в выполнении графика индивидуальной СРС или его невыполнение (без уважительной причины), низкие оценки результатов СРС свидетельствуют о халатном отношении студента к учебному процессу и предполагают применение административных мер воздействия.

### Содержание СРС

Тема	Содержание заданий, выносимых на СРС	Количество часов		Сроки проверки результатов СРС
		очная форма	заочная форма	
Тема 1. Цели, задачи и виды маркетинговых исследований	Оценить степень использования маркетинга на предприятиях культуры на конкретных примерах	-	-	по завершению изучения темы
Тема 2. Процедура маркетингового исследования и его планирование	На основе общедоступной информации провести «самооценку» предприятия культуры	-	-	по завершению изучения темы
Тема 3. Виды и источники маркетинговой информации	Провести SWOT-анализ конкретного предприятия культуры	-	-	по завершению изучения темы

	Подготовить маркетинговые предложения для различных категорий потребителей	-	-	по завершению изучения темы
Тема 4. Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	Описать все возможные источники информации, в которых конкретное предприятие может размещать информацию для потребителей	-	-	по завершению изучения темы
Тема 5. Выборочный метод в сборе информации	Описать сегменты конкретного рынка сферы культуры	-	-	по завершению изучения темы
Тема 6. Методы анализа маркетинговой информации	Найти примеры удачного и неудачного позиционирования, как самих учреждений культуры, так и продуктов или услуг ими реализуемых	-	-	по завершению изучения темы
Тема 7. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях	Охарактеризовать ценовую политику известного вам учреждения культуры. Какой стратегии оно придерживается	-	-	по завершению изучения темы
Тема 8. Исследования рынков	Как используются современные методы коммуникации субъектами рынка культуры? Какие проблемы существуют в этом направлении?	-	-	по завершению изучения темы
Тема 9. Исследование потребителей	Найти примеры удачного и неудачного позиционирования, как самих учреждений культуры, так и продуктов или услуг ими реализуемых	-	-	по завершению изучения темы
Тема 10 Исследование товаров и ценовой политики	Охарактеризовать ценовую политику известного вам учреждения культуры. Какой стратегии оно придерживается	-	-	по завершению изучения темы
Тема 11. Изучение конкурентов и рекламной деятельности предприятия	Как используются современные методы коммуникации субъектами рынка культуры? Какие проблемы существуют в этом направлении?	-	-	по завершению изучения темы

***Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов***

#### **Организация текущего контроля**

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется по направлениям:

- опрос студентов на практических занятиях;

- проведение проверочных работ;
- выступление студентов с докладами, сообщениями, презентациями;
- проверка знаний по самостоятельной работе студентов

### **Вопросы для подготовки к зачету:**

1. Роль маркетинговых исследований в принятии маркетинговых решений.
2. Деятельность различных агентств-поставщиков информации в России.
3. Роль маркетинговых исследований в маркетинговых информационных системах и системах принятия решений.
4. Классификация маркетинговых исследований.
5. Постановка задачи маркетингового исследования и разработка подхода к ее решению.
6. Разработка проекта исследований. Типы исследовательских проектов.
7. Использование вторичных данных в проекте исследования.
8. Синдицированные источники вторичной информации.
9. Панельные исследования.
10. Бенчмаркинг как способ получения информации.
11. Обзор качественных и количественных исследований.
12. Интервью фокус-групп.
13. Глубинное интервью.
14. Проекционные методы в маркетинговых исследованиях.
15. Планирование дескриптивных исследований.
16. Планирование причинно- следственных исследований.
17. Пробный маркетинг как особый вид причинного исследования.
18. Измерения в маркетинговых исследованиях. Основные виды шкал.
19. Классификация методов шкалирования: сравнительные и несравнительные шкалы.
20. Процесс разработки анкеты.
21. Характеристика вопросов, содержащихся в анкете.
22. Классификация методов построения выборки.
23. Статистические подходы к определению размера выборки.
24. Особенности организации полевых работ в маркетинговых исследованиях.
25. Подготовка данных и стратегия анализа.
26. Понятие о частотном распределении.
27. Общая схема проверки гипотез маркетингового исследования.
28. Понятие о корреляции и регрессии.
29. Подготовка и презентация отчета о маркетинговых исследованиях.
30. Средства визуализации данных, используемые в отчете о маркетинговом исследовании.
31. Анализ рынка. Различные подходы к его изучению.
32. Определение емкости рынка разными способами.
33. Изучение потребителей. Основные факторы, определяющие оценки потребителей.

34. Изучение нового товара. Определение факторов его успеха.
35. Исследование конкурентоспособности товара.
36. Исследование конкурентоспособности фирмы.
37. Маркетинговые исследования рекламной деятельности. Исследование эффективности рекламной кампании.
38. Экспертные методы оценки и особенности их применения в маркетинговых исследованиях.
39. Основные методы прогнозирования спроса.
40. Определение расходов на проведение маркетингового исследования.
41. Возможности проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.
42. Исследование внешней предпринимательской среды.
43. Изучение цен. Факторы чувствительности потребителя к цене. Изучение эластичности спроса к цене.
44. Основные направления изучения потребителей.
45. Изучение конкурентов. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции.
46. Фокус - группа, ее роль и значение, порядок проведения.
47. Рекламные исследования как разновидность маркетинговых исследований.
48. Характеристика основных видов рекламных исследований товаров и услуг.
49. Создание эффективного рекламного образа как основа успешного покупательского поведения.
50. Фокус - группа как метод рекламного исследования: сущность, процедура.

### **Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям.**

#### **Примеры тестов для контроля знаний.**

##### **1. Задание**

Вид исследовательских проектов, первичной целью которого является доскональное определение и осмысление сущности стоящей перед исследователем проблемы, носит название:

- а) дескриптивное;
- б) разведывательное;
- в) причинно-следственное.

##### **2. Задание**

Наблюдение, в ходе которого фиксируются только те виды поведения, которые заранее определены, носит название: а) прямое; б) скрытое; в) структурированное.

##### **3. Задание**

Метод опроса, в ходе которого интервьюер может задать собеседнику больше вопросов и дополнить результаты беседы личными впечатлениями, - это: а) почтовый опрос; б) личное интервью; в) интервью по телефону.

#### 4. Задание

Совокупность персонала, оборудования, процедур сбора, сортировки, анализа, оценки, передачи используемой при принятии маркетинговых решений информации - это: а) система внутренней отчетности фирмы; б) система маркетинговых исследований; в) маркетинговая информационная система.

#### 5. Задание

Документ, содержащий характеристики респондентов, представление и анализ полученной информации, практические рекомендации, выводы, а также графический материал, называется: а) программой исследования; б) рабочим планом исследования; в) отчетом.

### **Тематика рефератов и докладов**

1. Процесс проведения эксперимента и достоверность экспериментирования.
2. Характеристика доэкспериментальных исследований.
3. Понятие о квази-экспериментальных исследованиях.
4. Особенности статистических исследований как разновидности эксперимента.
5. Содержание подлинно экспериментальных исследований.
6. Пробный маркетинг.

### **Вопросы для собеседования.**

1. Что представляют собой рыночный потенциал и потенциальный объем продаж?
2. Как можно оценить потенциал рынка при помощи рыночного фактора?
3. Какие группы методов прогнозирования вам известны?
4. Охарактеризуйте исследовательские методы.
5. Назовите особенности математических методов.
6. В чем суть операционных методов прогнозирования?

### **Типовые задания к интерактивным занятиям:**

Задания для исследовательского проекта Самостоятельное проведение исследования рынка по реально существующей проблеме конкретного предприятия с представлением отчета об исследовании в виде презентации (задание выполняют несколько человек из группы в рамках курсовой работы).

### **Кейс-ситуация**

***Кейс-ситуация: Математические методы прогнозирования***



Цель данного занятия – формирование у студентов представления о применении количественных методов прогнозирования, а также о взаимосвязи планирования и прогнозирования продаж на предприятии.

### **Вопросы для дискуссии (тема 2):**

1. При разработке нового печенья компания «ROSHEN» хотела бы оценить размеры рынка. Печенье имеет смешанную шоколадно-ананасовую начинку и будет позиционироваться в верхней ценовой категории данного рынка. Обсудите тип исследовательского проекта, который можно здесь применить.
2. За последние два года объемы выручки сети ресторанов быстрого питания растут довольно медленно. Руководство решило добавить в меню несколько новых пунктов, но сперва пожелало получить информацию о пристрастиях своих клиентов. А) Сформулируйте несколько гипотез о пристрастиях клиентов. Б) Какой тип исследовательского проекта является наиболее подходящим?
3. Обсудите в группе следующее предположение: «Если бюджет исследований ограничен, то предварительное исследование можно опустить».

### **Типовые задания к занятиям в электронной форме обучения**

Контактная работа преподавателя со студентом по электронному обучению осуществляется в форме обязательных консультаций второй половины дня работы преподавателя, утверждаемых заведующим кафедрой, а также off-line консультаций по электронной почте преподавателя, оценке электронных презентаций.

#### Рубежный контроль

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по каждой дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. Рубежный контроль предусматривает оптимальное накопление оценок успеваемости каждого студента.

Накопление оценок успеваемости студентов осуществляется при использовании разнообразных методов оценки знаний:

- устные ответы
- письменные работы
- практические работы

#### Зачет

Качество и глубина приобретенных знаний фиксируются посредством осуществления контроля в форме сдачи зачета. Задачей итогового зачета является систематизация и закрепление знаний, полученных студентами за весь период обучения в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта.

Зачет ставится по результатам ответов и выступлений на практических занятиях. При подготовке к ответу студенту следует составить краткий план.

При ответе следует избегать подачи информации, не относящейся непосредственно к заданным вопросам и отвечать, по существу.

Оценка знаний студентов производится с учетом выполнения ими требований учебной программы курса. При оценке знаний в обязательном порядке также учитывается активная работа студентов на семинарах, итоги тестирования, но определяющим элементом всегда является степень усвоения учебной программы.

### **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.**

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;
- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;
- формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;  
Adobe Photoshop;  
Adobe Premiere;  
Power DVD;  
Media Player Classic.

### **ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия по дисциплине «Введение в профессию» проводятся в аудиториях, оснащенных видеопроекционным оборудованием для презентаций, широкоформатным стационарным экраном, звуковой усилительной аппаратурой, системой автоматического затемнения, аудиторным оборудованием для работы обучающихся. средствами звуковоспроизведения и экраном (видеопроектор; ноутбук; экран).

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИК.

Аудитория для самостоятельной работы - 302 (2 корпус).

### **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - зачёт проводится в устной форме или выполняются тестовые задания.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - зачёт проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению  
**51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профилю «Менеджмент и технологии социально-культурной деятельности».**  
Составитель: Чернов А.С., кандидат пед. наук, доцент