***Вимоги до самостійної практичної роботи***

***«Маркетингові дослідження товару»***

Це має бути оригінальне дослідження на основі збору, обробки та аналізу інформації, без абстрактних роздумів, а також відповідати вимогам за структурою.

**СТРУКТУРА ЕТАПНОСТІ ВИКОНАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ:**

**1 етап. Визначаємо ринок товару** проводимо структуризацію товару за асортиментом та номенклатурою. Визначаємо проблему дослідження. (Наприклад – дослідження попиту на ринку продукції (назва продукції), дослідження конкурентних переваг продукції (назва продукції), дослідження поведінки споживачів на ринку продукції (назва продукції) та ін.

**2 етап. Збір внутрішньої інформації (кабінетні дослідження)**

2.1. Державне регулювання ринку досліджуваного товару

2.2. Визначення тенденцій розвитку ринку товару (його виробництво та збут)

2.3. Аналіз конкурентів та споживачів товару, цінової, збутової, комунікаційної політики

**3 етап. Збір первинної інформації**

Показати і описати використовувану методику аналізу отриманої первинної маркетингової інформації , описати застосовувану вибірку для збору первинної маркетингової інформації, описати процедуру збору первинної інформації, проаналізувати отримані результати, подати основні висновки.

**4 етап. Сформулювати власні рекомендації на основі проведеного аналізу**.

**5 етап. Висновки.** Узагальнення результатів щодо вирішення визначеної проблеми.

**6 етап. Розробити рекламний ролик по товару за власною участю в кадрі (творча робота), 30 сек-1хв**