

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/202153>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинговое исследование

Введение 3

Глава 1. Теоретические аспекты маркетинговых исследований комплекса маркетинга 5

1.1. Понятие, подходы, виды, принципы анализа комплекса маркетинга 5

1.2. Анализ тенденций рынка авиационных пассажирских перевозок 8

1.3. Методы сбора данных при проведении исследования потребительских предпочтений на примере рынка авиационных пассажирских перевозок 12

Глава 2. Планирование маркетингового исследования комплекса маркетинга на рынке авиационных пассажирских перевозок России 15

2.1. Обзор рынка авиационных пассажирских перевозок в РФ и ситуационный анализ 15

2.2. Разработка технического задания на проведение количественного и качественного маркетингового исследования комплекса маркетинга на рынке авиационных пассажирских перевозок в РФ 16

2.3. Разработка форм для сбора данных и их тестирование 17

Глава 3. Обработка и анализа данных и разработка рекомендаций 20

3.1. Прямой анализ результатов количественного маркетингового исследования 20

3.2. Перекрестный анализ результатов количественного маркетингового исследования 23

3.3. Разработка рекомендации по совершенствованию комплекса маркетинга для авиакомпании «Аэрофлот» 25

Заключение 33

Библиографический список 34

Приложения 35

Введение

Актуальность выбранной темы работы основана на том, что в современной рыночной экономике каждая компания сталкивается с большим уровнем конкуренции со стороны других компаний. На основании этого необходимо выпускать на потребительский рынок достаточно конкурентную продукцию, услуги и товары. Именно поэтому каждой компании необходимо отслеживать собственный уровень конкуренции и постоянно повышать его равными методами.

Конкуренция является важным фактором для компании, в основном для ее доходности. Уровень конкурентоспособности компании анализируется в большинстве случаев путем применения сравнительного анализа к исследуемой компании и ее основным конкурентам на потребительском рынке. Анализ уровня конкурентоспособности проводится по основным характеристикам компании и ее товара, работ, услуг. К основным характеристикам компании можно отнести такие как финансовые показатели, факторы внешней и внутренней среды, данные по функционированию компании (время работы, географическое местоположение компании, рекламная деятельность и прочие). Конкурентоспособность товара, работ, услуг компании проводится по основным характеристикам качества услуг, работ, товаров. Основным в данном случае будет анализ предпочтения потребителей, то есть лояльности потребителей к определенному товару, работам, услугам определенной компании.

Одним из актуальных методов повышения уровня конкурентоспособности компании в целом является повышение качества продукции, товаров, работ, услуг. Чем выше качество предоставляемых потребителям товаров, работ, услуг, тем больше потребители будут выбирать товары, работу, услуги именно данной компании, то есть отдавать свое предпочтение и быть лояльными к данной компании. Это аспект напрямую формирует уровень конкурентоспособности компании.

Основная цель данной курсовой работы заключается в разработке рекомендации по совершенствованию комплекса маркетинга для авиакомпании «Аэрофлот».

Задачами данной работы являются:

- изучение понятия, подходов, принципов анализа комплекса маркетинга;
- проведение анализа тенденций рынка авиационных пассажирских перевозок;

- изучение методов сбора данных при проведении исследования потребительских предпочтений на примере рынка авиационных пассажирских перевозок;
- проведение обзора рынка авиационных пассажирских перевозок в РФ и ситуационный анализ;
- разработка технического задания на проведение количественного и качественного маркетингового исследования комплекса маркетинга на рынке авиационных пассажирских перевозок в РФ;
- разработка форм для сбора данных и их тестирование;
- проведение прямого анализа результатов количественного маркетингового исследования
- проведение перекрестного анализа результатов количественного маркетингового исследования
- разработка рекомендаций по совершенствованию комплекса маркетинга для авиакомпании «Аэрофлот».

Объектом исследования является авиационный рынок.

Предметом исследования являются маркетинговые исследования.

В данной работе были применены такие методы исследования как анализ и синтез информации, табличное и графическое представление данных.

1. Федеральный закон от 26.07.2006 г. N 135-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434.
2. Армстронг, Г. Основы маркетинга: учебное пособие / Г. Армстронг. - М.: Вильямс. - 2019 г. - 752 с.
3. Быкова Н.В., Кисула В.В., Конев П.А., Никитина Т.Е., Новак Л.В. Маркетинг: учебное пособие/ Н.В. Быкова, В.В. Кисула, П.А. Конев, Т.Е. Никитина, Л.В. Новак. - М.: Профессиональная наука. - 2019 г. - 294 с.
4. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий: учебное пособие / К. Вертайм, Я. Фенвик. - М.: Альпина Паблишер, Юрайт.- 2019 г. - 384 с.
5. Дайитбегова Д.М., Синяевой И.М. Основы маркетинга: практикум / Д. М. Дайитбегова, И. М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник, 2019. - 318 с.
6. Заррелла Д. Интернет-маркетинг по науке. что, где и когда делать для получения максимального эффекта: учебное пособие / Д. Заррелла. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 240 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Диалектика, 2020. - 496 с.
8. Дмитриева Н.О., Габинская О.И. Маркетинг: учебное пособие/ Н.О. Дмитриева, О.И. Габинская. - М.: ИЦ РИОР.- 2020 г. - 320 с.
9. Бек М.А. Маркетинг B2B // учебное пособие / М.А. Бек; гос. университет Высшая школа экономики.- Москва: ГУ ВШЭ, 2019 год

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovyie-raboty/kurovaya-rabota/202153>