

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/21556>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Международный бизнес

Содержание

Введение 3

1. Теоретические основы исследования рынка онлайн проектов 4

1.1. Особенности исследования рынка онлайн проектов 4

1.2. Методы исследования рынка онлайн-проектов 11

2. Анализ рынка онлайн проектов 16

2.1. Международный рынок онлайн проектов 16

2.2. Основные показатели российского рынка онлайн-игр 18

Заключение 29

Список использованной литературы 32

Введение

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что на рынках продукты тестируют телепередачи, музыку на радио, рекламные ролики. А онлайн-игра это специфический, интерактивный, очень динамичный медийный контент, требующий локальных маркетинговых исследований. Так же нужно правильно отбирать представителей целевой аудитории, показывать им тестируемый контент, собирать впечатления, мнения, анализировать полученную информацию и сравнивать с другими, полученными ранее данными.

Игровая индустрия только начинает открывать для себя возможности маркетинговых исследований, методы, которые хорошо зарекомендовали себя на других рынках. В свою очередь, отрасль требует от исследователей инноваций, адаптации и изменений. Маркетинговые исследования игровой индустрии помогают разработать продукт. Получить информацию о предпочтениях и привычках игроков, узнать мнение о конкурентах, выявить сильные и слабые стороны в сегменте.

Гипотеза работы. Существует комплекс классических методов, позволяющих исследовать игровые онлайн проекты.

Цель работы – исследовать продукты игровой индустрии.

Задачи работы:

1. Раскрыть сущность маркетинговых исследований.
2. Рассмотреть методы исследования рынка онлайн-проектов.
3. Исследовать мировой рынок онлайн-проектов.
4. Проанализировать российский рынок онлайн-проектов.
5. Определить перспективы рынков онлайн-проектов.

Объектом работы является рынок онлайн-проектов.

Предметом работы являются маркетинговые исследования. Методы исследования: наблюдение, анализ, сравнение, графический аппарат.

1. Теоретические основы исследования рынка онлайн проектов

1.1. Особенности исследования рынка онлайн проектов

Реалии рынка онлайн-проектов таковы, что даже при обилии общедоступной информации о деятельности конкурентов, возможности анализа покупательской способности, выявлении целевой аудитории и, как следствие, портрета потребителя, предприниматели до сих пор начинают свой бизнес практически вслепую, не обращая внимания на эти немаловажные аспекты [15].

Различают два основных направления в сфере изучения рынка онлайн-проектов:

Общие исследования - затрагивают непосредственно рынки, выявляя, какой продукт пользуется наибольшим спросом, как проходит процедура совершения покупки, как реализуется ценообразование, присутствует ли сегментация, а также каковы тенденции (рост, падение).

Список использованной литературы

1. Авдокушин, Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе. Учебное пособие / Е.Ф. Авдокушин. - М.: Дашков и К, 2016. - 328 с.
2. Баззел, Р.Д. Информация и риск в маркетинге / Р.Д. Баззел, Д.Ф. Кокс, Р.В. Браун. - М.: Финстатинформ, 2012. - 381 с.
3. Дайан, А. Академия рынка: маркетинг. Пер. с фр / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар, и др.. - М.: Экономика, 2015. - 572 с.
4. Джей, Р. Малозатратный маркетинг / Р. Джей. - М.: СПб: Питер, 2012. - 240 с.
5. Займан Конец маркетинга, каким мы его знаем / Займан, Серхио. - М.: Мн: Попурри, 2017. - 400 с.
6. Йеннер Т. Создание и реализация потенциала успеха как ключевая задача стратегического менеджмента.- М.: Дело, 2017. - 215 с.
7. Ноздрева, Р. Б. Маркетинг / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. - М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ, Российская политическая энциклопедия, 2012. - 232 с.
8. Райс 22 непреложных закона маркетинга / Райс, Траут Эл; , Джек. - М.: АСТ, 2016. - 160 с.
9. Сребник, Б.В. Маркетинг / Б.В. Сребник. - М.: Высшая школа, 2017. - 360 с.
10. Успенский интернет как инструмент маркетинга / Успенский, Игорь. - М.: СПб: BHV, 2013. - 256 с.
11. Уткин, Э.А. Маркетинг / Э.А. Уткин. - М.: Эксмо, 2014. - 256 с.
12. Шумпетер Й. Основы конкуренции. - М.: Эксмо, 2013. - 345 с.
13. Фишер С. Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика.- М.: Дело, 2013. - 495 с.
14. Исследование мирового и российского рынка игр 2016 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://apptractor.ru/info/analytics/issledovanie-mirovogo-i-rossiyskogo-ryinka-igr-2016-goda.html> (дата обращения: 02.03.2018)
15. Российский рынок онлайн-игр достиг 56,7 млрд рублей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gmbox.ru/materials/30998-rossiyskiy-rinok-onlayn-igr-dostig-56-7-mlrd-rublei> (дата обращения: 02.03.2018)

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/21556>