**ИССЛЕДОВАНИЕ МАРКЕТИНГА**

**Маркетинг (от англ.marketing - продажа, торговля на рынке)- это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления ценностей покупателям и управления взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. В широком смысле задачи маркетинга состоят в определении и удовлетворения человеческих и общественных потребностей.**

**В маркетинге приято соблюдение следующих пяти основных принципов:**

* **Производство и продажа товаров должны соответствовать потребностям покупателей, рыночной ситуации и возможностям компании;**
* **Полное удовлетворение потребностей покупателей и соответствие современному техническому и художественному уровню;**
* **Присутствие на рынке в момент наиболее эффективно возможной продажи продукции;**
* **Постоянное обновление выпускаемой или реализуемой продукции;**
* **Единство стратегии и тактики для быстрого реагирования на изменяющийся спрос.**



**Проектный метод – это путь, на котором обучающиеся сами создают действительность. Они сами формируют и развивают обучающую ситуацию. Они пробуют себя в различных видах деятельности и определяют свои предпочтения и интересы. Они обретают самостоятельность, работая не под присмотром учителя. Они сознательно выбирают и применяют различные методы обучения. Они принимают на себя ответственность за результаты своей работы.**



**В основе метода проектов лежит развитие познавательных, творческих навыков учащихся, умений самостоятельно конструировать свои знания, умений ориентироваться в информационном пространстве, развитие критического мышления.**

**Метод проектов всегда ориентирован на самостоятельную деятельность учащихся – индивидуальную, парную, групповую, которую учащиеся выполняют в течение определенного отрезка времени. Этот подход органично сочетается с методом обучения в сотрудничестве.**

**В основе учебных проектов лежат исследовательские методы обучения. Вся деятельность учащихся сосредотачивается на следующих этапах:**

* **Определение проблемы и вытекающих из нее задач исследования;**
* **Выдвижение гипотезы их решения;**
* **Обсуждение методов исследования;**
* **Проведение сбора данных;**
* **Анализ полученных данных;**
* **Оформление конечных результатов;**
* **Подведение итогов, корректировка, выводы (использование в ходе совместного исследования метода «мозгового штурма», «круглого стола», статистических методов, творческих отчетов, просмотров и пр.).**