

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ,
ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ, ДЕЛОВЫЕ ИГРЫ, КОНТРОЛЬНЫЕ
ТЕСТЫ, ПРИМЕРЫ РЕШЕНИЯ ТИПОВЫХ ЗАДАЧ

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И НАПРАВЛЕНИЯ
МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тема 2. ВИДЫ, ИСТОЧНИКИ И МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Тема 3. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Тема 4. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД СБОРА ИНФОРМАЦИИ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ОБЪЕМА И ПРОЦЕДУРЫ ВЫБОРКИ

Тема 5. ФОРМА ДЛЯ СБОРА ДАННЫХ

Тема 6. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА
ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тема 7. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ПЛАНА МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
ГЛОССАРИЙ

ПРИЛОЖЕНИЯ:

1. Бриф на проведение маркетингового исследования по методу "Таинственный покупатель"
2. Образец кодировочного бланка для контент-анализа рекламы
3. Примерный перечень вопросов для глубинного интервью
4. Доверительные интервалы для различных объемов выборки и ожидаемой 1-й доли (доверительный уровень равен 95%)
5. Форма для проведения наблюдения

6. Анкета для опроса покупателей копченых колбас
7. Предварительная заявка-бриф на проведение маркетингового исследований
8. Бланк структурированного наблюдения
9. Анкета для опроса покупателей косметических товаров
10. Анкета для опроса покупателей молочной продукции
11. Результаты структурированного наблюдения в читальных залах
12. План маркетинговых исследований
13. Таблица случайных чисел