

Сафронова Н. Б.

Маркетинговые исследования: Учебное пособие /
Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — М.: Издательско-
торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. — 296 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Часть I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	8
ГЛАВА 1. Маркетинговые исследования: сущность, цели, процесс	8
1.1. Сущность, предмет и содержание маркетинговых исследований.	8
1.2. Процесс маркетинговых исследований.	11
1.3. Организация маркетинговых исследований.	23
Контрольные вопросы и задания.	27
ГЛАВА 2. Источники маркетинговой информации	28
2.1. Классификация маркетинговой информации.	28
2.2. Источники стандартизированной маркетинговой информации.	35
2.3. Маркетинговая информационная система.	42
Контрольные вопросы и задания.	46
ГЛАВА 3. Методы сбора данных	47
3.1. Кабинетные методы сбора данных.	47
3.2. Качественные методы сбора данных.	50
3.3. Количественные методы сбора данных.	81
Контрольные вопросы и задания.	108
ГЛАВА 4. Измерения в маркетинговых исследованиях	110
4.1. Виды шкал.	110
4.2. Форматы шкал.	113
Контрольные вопросы и задания.	125
ГЛАВА 5. Разработка форм для сбора данных	125
5.1. Разработка анкет.	126
5.2. Разработка бланков наблюдения.	146
Контрольные вопросы и задания.	146
ГЛАВА 6. Выборочный метод	148
6.1. Основы теории статистики.	148
6.2. Методы формирования выборки.	152
6.3. Определение объема выборки.	161
6.4. Точность измерений и ошибка выборки.	164
Контрольные вопросы и задания.	168

ГЛАВА 7. Сбор данных	169
7.1. Организация полевых работ	169
7.2. Специфика организации качественных и количественных проектов	176
Контрольные вопросы и задания.....	177
ГЛАВА 8. Анализ данных	178
8.1. Подготовка данных к анализу.	178
8.2. Описательные методы анализа данных	180
8.3. Объяснительные методы анализа данных	186
Контрольные вопросы и задания	196
ГЛАВА 9. Отчет и презентация по результатам исследования	197
Контрольные вопросы и задания	202
Часть II. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	203
ГЛАВА 10. Изучение потребителей	203
10.1. Исследование потребительских привычек и предпочтений..	203
10.2. Исследование процесса принятия решения о покупке.	209
10.3. Исследование уровня удовлетворенности и лояльности потребителей	•••212
10.4. Сегментация потребителей и выбор целевого сегмента	221
Контрольные вопросы и задания	251
ГЛАВА 11. Исследования продукта	232
11.1. Тестирование концепции нового продукта.....	233
11.2. Тестирование продукта	235
Контрольные вопросы и задания	246
ГЛАВА 12. Исследование цены	247
12.1. Исследование чувствительности к цене	247
12.2. Исследование эластичности спроса по цене	254
Контрольные вопросы и задания	257
ГЛАВА 13. Исследования рекламы	257
13.1. Тестирование рекламных концепций и материалов	258
13.2. Исследование эффективности рекламной кампании	260
Контрольные вопросы и задания	269
ГЛАВА 14. Исследования рынка	270
14.1. Классификация рынков	270
14.2. Методы определения емкости рынка	274
14.3. Методы определения доли рынка	287
Контрольные вопросы и задания	289
ЛИТЕРАТУРА	290