

# МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ

Презентацию подготовила:  
Сафиуллина Анна

# ОПРЕДЕЛЕНИЕ

Маркетинговое исследование — форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике

# ДРУГИЕ ВИДЫ БИЗНЕС-ИССЛЕДОВАНИЙ

1. Исследование рынка
2. Исследование продукта
3. Исследование рекламы



# МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Методы маркетинговых исследований — это приёмы, процедуры и операции эмпирического, теоретического и практического изучения и анализа маркетинговой среды, в которой существует компания

# КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО МЕСТУ ПРОВЕДЕНИЯ

1. Полевые методы исследования
2. Кабинетные методы исследования рын



# КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ПО ЧАСТОТЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Регулярные исследования
2. Повторные исследования
3. Однократные наблюдения



# ПО ОХВАТУ РЫНКА

1. Сплошные исследования
2. Выборочные исследования

# ПО СПОСОБУ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

1. Опрос
2. Наблюдение
3. Эксперимент
4. Имитационное моделирование
5. Метод экспертных оценок



# ПО РЕГУЛЯРНОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

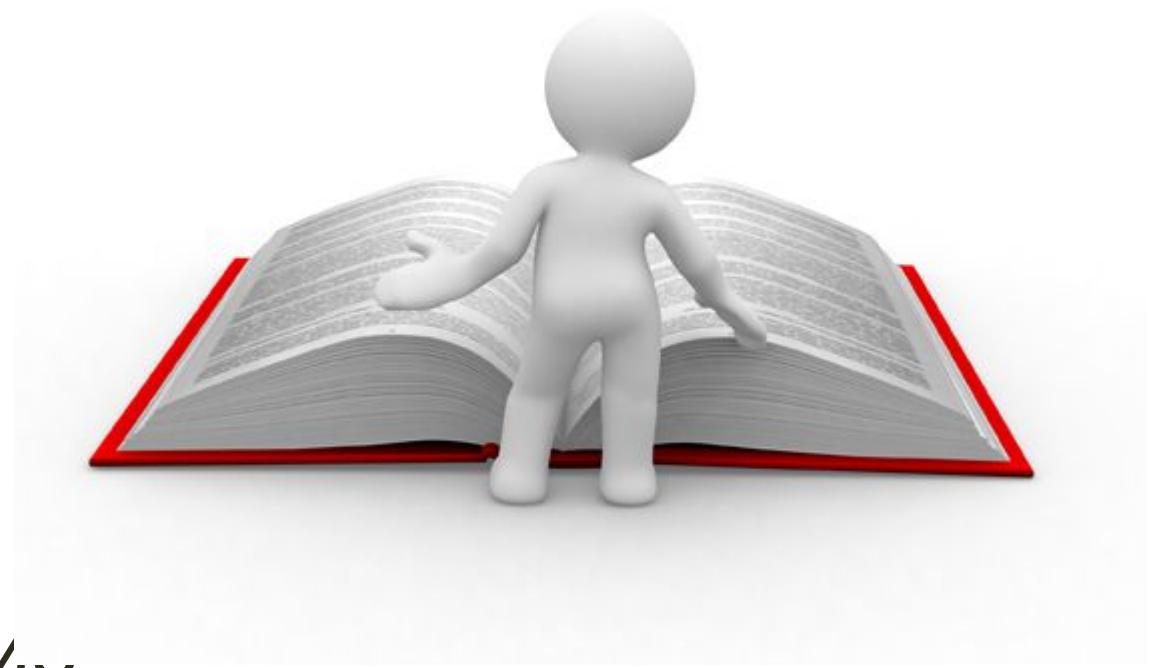
1. Случайная выборка
2. Аксесс-панель

# ФАЗЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

1. Фаза инициации
2. Фаза разработки
3. Фаза опытного производства и тестирования
4. Фаза промышленного производства и распространения

# ТЕРМИНЫ

1. Мета-анализ
2. Концептуализация
3. Операционализация
4. Точность
5. Надёжность
6. Обоснованность
7. Прикладное исследование



# ТОРГОВЛЯ ГОТОВЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ

На Западе развита система продажи готовых маркетинговых исследований, что значительно облегчает процесс исследования рынков организациям, не обладающим достаточными средствами или персоналом для проведения собственных исследований

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учеб. для вузов. 3-е изд. / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – С. 60–61.
2. Борисова В. В. Методология моделирования в маркетинговых исследованиях / В. В. Борисова // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – С. 229-232.
3. Голубков Е. П. Основы маркетинга : учеб. Для ВУЗов / Е. П. Голубков. – Москва : Финпресс, 2017 . – 656 с.
4. Щинова Р. А. Оценка экономической эффективности маркетинговых исследований / Р. А. Щинова // Проблемы современной экономики . – 2011. – С. 160-163.
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 323 с. — Серия : Бакалавр. Прикладной курс.