

Конспект к теме «Поиск целевого рынка и сбор информации»

1. Акт покупки
2. Взгляды (мнения)
3. Внутренний конфликт
4. Воспринимаемый риск
5. Демографические характеристики
6. Дискреционный доход
7. Жизненный цикл домохозяйства
8. Жизненный цикл семьи
9. Импульсивные покупки
10. Культура
11. Мотивы
12. Образ жизни
13. Общественный класс
14. Ограниченное принятие решения
15. Осознание проблемы
16. Оценка вариантов
17. Перекрестный шоппинг
18. Поведение потребителей

Конспект к теме «Поиск целевого рынка и сбор информации»

- Внешние вторичные данные
- Внутренние вторичные данные
- Вторичные данные
- Информационная проходка
- Информационная система розничной организации
- Маркетинговые исследования в розничной торговле
- Микромаркетинг
- Моделирование
- Наблюдение
- Неслучайная выборка
- Определение вопроса (проблемы)
- Опрос
- Организация хранилищ данных
- Первичные данные
- Процесс маркетинговых исследований
- Семантический дифференциал
- Система управления базой данных
- Случайная выборка