

*Ответьте на следующие вопросы. Аргументируйте собственные ответы и указывайте ссылки на источники, которые используете. Оригинальность работы должна составлять не менее 30%.*

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные принципы организации маркетинговых исследований?
2. Какова роль маркетинговых исследований в управлении деятельностью организации?
3. Перечислите этапы процесса проектирования маркетингового исследования и охарактеризуйте их сущность.
4. Каковы цели проведения «поисковых», «описательных» и «казуальных» исследований?
5. Что называют первичными и вторичными данными в маркетинговых исследованиях? Перечислите ситуации, когда необходимо фокусироваться на первичных и вторичных данных.
6. Перечислите источники вторичной информации.
7. Какова структура опросной анкеты? Охарактеризуйте содержание каждой части.
8. Обозначьте цели использования каждого вида вопросов, их достоинства и недостатки.
9. Дайте определение понятиям «выборка» и «генеральная совокупность».
10. Какие объекты маркетинговой среды вы знаете? Что такое «факторы ближнего окружения» и «факторы дальнего окружения»? Приведите пример данных объектов.