

Питання підсумкового контролю

1. Основні функції маркетингових досліджень.
2. Історія і практика організації маркетингових досліджень за кордоном і в Україні. Маркетингова інформація, її види. Джерела маркетингової інформації.
3. Сутність емпіричного маркетингового дослідження. Типи і види маркетингових досліджень.
4. Методологія, методи і технології проведення маркетингових досліджень.
5. Організація маркетингового дослідження, його етапи.
6. Аналіз інформації маркетингового дослідження. Рекомендації за результатами маркетингового дослідження.
7. Класифікації методів маркетингового дослідження.
8. Аналіз документів, як один з методів маркетингового дослідження. Види документів, використовуваних у маркетингових дослідженнях.
9. Спостереження і проблеми його використання в маркетингових дослідженнях. Класифікація спостережень і методика їх організації.
10. Основні напрями використання опитування в маркетингових дослідженнях.
11. Спеціальні опитувальні методики: тести, лінгвосоціологічні процедури, соціометричні процедури, опитування експертів.
12. Сутність та характерні особливості метода фокус-груп.
13. Галузі застосування результатів фокусованих інтерв'ю.
14. Основні функції експерименту як методу маркетингового дослідження.
15. Основні переваги експерименту як методу маркетингового дослідження.