INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Маркетинговые исследования и анализ. Базовый курс

Программа

1 день

Маркетинговая информация

- Маркетинговая информационная система, роль информации в принятии решений
- Виды маркетинговой информации. Источники маркетинговой информации
- Основные направления маркетинговых исследований
- Этапы проведения маркетингового исследования

Методы маркетинговых исследований

- Выполнение структурного упражнения (работа в малых группах / индивидуально)
- Кабинетные исследования. Полевые исследования
- Количественные исследования. Качественные исследования
- Современные тенденции маркетинговых исследований (обзор)

2 день

Организация маркетинговых исследований

- Маркетинговые исследования как часть плана маркетинговых мероприятий

- Маркетинговые исследования с помощью профессиональных исследователей рынка
- Техническое задание для проведения маркетинговых исследований

Анализ рынка. Методы анализа рынка (сущность и сферы применения)

- Анализ потребителей
- Анализ конкурентной среды (основные методы: сущность)
- Резюме рыночных возможностей Профиль конкурента
    - определение уровня конкурентоспособности и стабильности действующих производителей и поставщиков
    - технический уровень и тенденции конкурентов
    - рыночная стратегия конкурентов
    - виды основной продукции конкурентов
- Кейс

Методика исследования уровня удовлетворенности качеством обслуживания (2 подхода)

- Сущность качества услуги
- Параметры услуги, которые необходимо замерять
- Разработка рабочего инструментария для проведения исследования (работа в малых группах / индивидуально)
    - определение целей и задач исследования
    - выбор источников информации
    - выбор методов маркетинговых исследований
    - разработка вопросов для анкеты / гайда (в зависимости от выбора метода)

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Казахстан, город Алматы, ул. Жарокова 318, офис 23

www.iba.kz

info@iba.kz