

**ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**  
по дисциплине «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА»

1. Этапы развития и изменение роли маркетинговых исследований в бизнесе.
2. Общая характеристика маркетинговых исследований.
3. Методология маркетинговых исследований.
4. Значение информации в бизнесе. Маркетинговая информация.
5. Модель маркетинговой информационной системы (МИС).
6. Формы организации маркетинговых исследований.
7. Организация отдела маркетинговых исследований на предприятии.
8. Технология маркетинговых исследований.
9. Определение проблемы и целей исследования.
10. Разработка плана маркетингового исследования.
11. Реализация плана маркетингового исследования.
12. Интерпретация полученных результатов и доведение их до руководства.
13. Классификации маркетинговых исследований.
14. Общая характеристика маркетинговых наблюдений. Методы наблюдения.
15. Достоинства и недостатки, этапы процесса и сравнение методов наблюдения.
16. Качественные методы маркетинговых исследований.
17. Кабинетные методы маркетинговых исследований.
18. Измерение и шкалирование.
19. Процесс составления выборки для опроса.
20. Определение метода проведения выборки.
21. Определение объема выборки и процесс ее осуществления
22. Общая характеристика опроса как метода маркетинговых исследований.
23. Виды опроса, их характеристика и особенности.
24. Сравнение методов опроса и измеряемые показатели.
25. Процесс разработки анкеты для проведения опроса.