

Питання до екзамену

Методи маркетингових досліджень: практичний маркетинг

4-й курс, 1-й семестр

Теоретичні питання

1. Визначення потреби у проведенні дослідження. Мета та основні завдання маркетингових досліджень.
2. Вивчення ринку. Ємкість, обсяг та доля ринку. Поняття, потреба та методи розрахунків.
3. Комерційний маркетинг. Види комерційного маркетингу. Приклади.
4. Порівняльні характеристики промислових та споживацьких ринків. Надати приклад.
5. Поняття ринку. Структура, масштаби та межі.
6. Кабінетне дослідження як метод маркетингового дослідження: етапи, особливості проведення, джерела інформації.
7. Оцінка конкурентоспроможності компанії, продукту.
8. Поняття стратегічного та операційного маркетингу. Навести приклади.
9. Концепція 4P. Предмет вивчення для кожного елементу.
10. Конкурентний аналіз продукту: мета, механізм, застосування результатів
11. Маркетинг послуг: особливості та відмінності від маркетингу продукту. CRM-системи: призначення, принципи роботи.
12. Методи маркетингових досліджень. Фактори та критерії вибору методів в залежності від маркетингових задач.
13. Етапи та послідовність проведення маркетингового дослідження.
14. Сегментація ринку: поняття, цілі, види, етапи, критерії застосування.
15. Сегментування товарного ринку: способи сегментування, етапи, критерії.
16. Концепція ціннісної пропозиції. Поняття ціннісної пропозиції. Завдання, які вирішуються, етапи. Привести приклад ефективної ціннісної пропозиції.
17. Методи та інструменти кількісних методів дослідження. Обґрунтування вибору.
18. Нейромаркетингові дослідження. Задачі та механізм проведення, особливості застосування.
19. Retail audit та Mystery Shopping. Задачі та механізм проведення, особливості застосування.
20. Онлайн методи маркетингових досліджень: види, переваги та недоліки, особливості використання
21. Онлайн методи в якісних дослідженнях.
22. Мобільна етнографія. Цілі і завдання, механізм застосування, особливості методу.
23. Геомаркетингові дослідження. Цілі і завдання, механізм застосування, особливості методу.

24. Методика NPS. Цілі і завдання, механізм застосування, особливості методу. Приклад застосування.
25. Використання сучасних методів маркетингових досліджень. Особливості застосування ФАН-тесту.
26. Бізнес-план. Поняття, потреба, структура бізнес-плану. Надійні джерела інформації.
27. Бюджет та структура маркетингового дослідження.
28. Фактори, що впливають на прийняття рішення про проведення внутрішніх чи зовнішніх досліджень. Взаємодія з агентством.