

# ЗМІСТ

## ТІМА 1. Сутність, види та етапи проведення маркетингових досліджень

1. Сутність та класифікація маркетингових досліджень.
2. Суб'єкти та об'єкти маркетингових досліджень.
3. Види маркетингових досліджень.
4. Напрями маркетингових досліджень.
5. Етапи проведення маркетингових досліджень.
6. Розроблення робочого плану маркетингових досліджень.

*Контрольні питання до теми.*

## ТІМА 2: Маркетингова інформація. Проведення маркетингових досліджень

1. Особливості проведення різних видів спостереження.
2. Типи інформації, які можна зібрати за допомогою спостереження.

3. *Етапи проведення спостереження.*
4. *Сутність та значення маркетингових експериментів в обґрунтуванні маркетингових рішень підприємства.*
5. *Обґрунтування доцільності та умови проведення експерименту.*
6. *Типи маркетингових експериментів.*

*Контрольні питання до теми.*

### *ТІМА 3. Характеристика опитування в маркетинговому дослідженні*

1. *Методи опитування: анкетування та інтерв'ювання, їх відмінності та особливості проведення.*
2. *Новітні технології проведення інтерв'ювання.*
3. *Вибір конкретних методів опитування.*
4. *Підготовка та обов'язки осіб, що працюють інтерв'юерами.*
5. *Загальні принципи розроблення опитування.*

*Контрольні питання до теми.*

## ТІМА 4. Кількісні маркетингові дослідження

1. Вибірковий план маркетингового дослідження: основні етапи та проблеми його розроблення.
2. Проблеми визначення елементів вибірки маркетингового дослідження.
3. Переваги та недоліки різних методів визначення обсягу вибірки.
4. Ймовірнісний вибірковий метод дослідження: типи та їх характеристика.
5. Способи неймовірнісного відбору респондентів.

Контрольні питання до теми.

## ТІМА 5. Якісні характеристики маркетингових досліджень

1. Сутність та особливості проведення якісних маркетингових досліджень.
2. Переваги та недоліки використання різних методів якісних досліджень.

3. Використання проектних тестів у маркетингових дослідженнях.
4. Характеристика інших якісних методів маркетингових досліджень.
5. Особливості проведення глибоких інтерв'ю.

*Контрольні питання до теми.*

### *ТРЕМА 6. Визначення місткості ринку та його сегментів*

1. Розуміння категорій ринків: потенційного, доступного, кваліфікованого доступного, цільового, ринку проникнення.
2. Розуміння поняття місткості ринку.
3. Методи розрахунку місткості ринку.
4. Сутність ринкового агрегування та сегментування.
5. Алгоритм процесу ринкового сегментування та характеристика його основних етапів.
6. Вимоги до ефективної методики сегментування ринку.

*Контрольні питання до теми.*

## ТІМА 7. Дослідження кон'юнктури ринку

1. Сутність поняття кон'юнктури ринку та основні аспекти її дослідження.
2. Показники стану загальноєкономічної кон'юнктури.
3. Інформація для дослідження ринкової кон'юнктури.
4. Дослідження кон'юнктури конкретного товарного ринку.
5. Прогноз товарного ринку: сутність та алгоритм. Вимоги щодо прогнозу товарного ринку.

*Контрольні питання до теми.*

*Список рекомендованої літератури до тем.*