

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/280164>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинговое исследование

Содержание

7. Процесс маркетинговых исследований 3

27. Оценка конкурентоспособности торговой фирмы. 5

2. Сущность и значение маркетинговых исследований для принятия управленческих решений на торговом предприятии. 8

Задача №7 10

Задача № 27 10

Список литературы 11

Практика применения выборочного метода очень разнообразна. Иногда, проведя сплошное наблюдение, применяют выборочный метод при разработке данных: отбирают часть данных для более подробной разработки по расширенной программе.

Выборочный метод обладает следующими достоинствами:

- 1) Относительно небольшие материальные, трудовые и стоимостные затраты на сбор данных.
- 2) Оперативность получения результатов.
- 3) Широкая область применения.
- 4) Высокая достоверность результатов.

27. Оценка конкурентоспособности торговой фирмы.

Оценка конкурентоспособности необходима для обоснования принимаемых руководством торгового предприятия решений по управлению его деятельностью.

Оценку конкурентоспособности предприятия следует проводить несколькими методами, так как это обеспечит максимальное соответствие полученных результатов реальному положению расстановки конкурентных сил на рынке и позволит определить комплексный показатель конкурентоспособности предприятия с учетом большего количества

Список литературы

1. Васильев, Г.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учеб. Пособие / Г.А.Васильев, А.А.Романов, В.А.Поляков. М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 159 с.

2. Максименко, А.А. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учебное пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина ; Костромской государственный университет имени Н. А. Некрасова. – Кострома : Костромской государственный университет (КГУ), 2013. – 140 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275641>. – ISBN 978-5-7591- 1315-7.

3. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/280164>