

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/referat/355934>

Тип работы: Реферат

Предмет: Маркетинг

Оглавление

Введение 3

1 Сущность маркетинговых исследований 4

2. Анкетирование как метод полевых исследований 6

3 Наблюдение, мониторинг как методы полевых исследований 9

Заключение 10

Список используемой литературы 11

Введение

Маркетинговая деятельность организации планируется посредством прогнозирования развития рынка. Прогноз ведётся в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном разрезах. Самым оптимальным вариантом для развития организации будет являться долгосрочное прогнозирование, так как посредством данного прогнозирования будет рассмотрено и выявлено большее количество вариантов развития организации ориентируясь на ресурсы и возможности организации. Исходя из результата анализа деятельности дальнейшие планы организации могут корректироваться, так как нацеленность организации на получение продуктивных результатов является приоритетным требованием планирования. Необходимо отметить, что значение термина «маркетинг» уже заложено в самом корне термина. Слово «market» в переводе с английского даёт определение – рынок. Исходя из этого можно сделать вывод, что под маркетингом подразумевается деятельность организации, которая направлена на максимизацию прибыли предприятия посредством удовлетворения потребностей целевой аудитории. Важной задачей службы маркетинга является постоянным изучением потребностей и изменением предпочтений целевой аудитории, а также производить анализ конкурентной деятельности близких по производству организаций. Необходимо определять сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы организации посредством проведения SWOT-анализа, исходя из полученных данных выявлять направления для действующей продукции и новых разработок предприятия. Также отдел службы маркетинга передаёт собранную информацию для производственного отдела, чтобы осведомить какие сроки отведены для обновления и нововведений для действующего товара и каким именно должен быть новый выпускаемый продукт. Маркетинговые исследования, продажи и завоевание новых рынков координирует сбытовая политика

Целью данной работы является рассмотрение методов полевых исследований.

1 Сущность маркетинговых исследований

Маркетинговые исследования имеют большое значение, так как в условиях рынка преимущество получают организации, которые лучше других знают потребности клиентов и производят товары, оказывают услуги, способные удовлетворить их потребительский спрос.

Важным моментом, определяющим эффективность маркетинговых исследований, является периодичность их проведения.

Список используемой литературы

- 1) Ахметова М. Р., Болдырева Т. В. К вопросу о методологии маркетинговых исследований//ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ, ПРАВОВЫЕ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ. Сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции. 2019. С. 31-34
- 2) Криворучко А.И. Роль маркетинга в развитии организации// АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ. Сборник научных статей по итогам VIII Всероссийской научно-практической конференции. Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. Нижний Новгород, 2022. С. 525-527
- 3) Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений: учебное пособие / Н. В. Лобарева. - Москва: РТУ МИРЭА,

2020. - 98 с.

4) Маркетинг: учебное пособие / Ю. Ю. Суслова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина.- Красноярск: СФУ, 2018. - 380 с

5) Михайлова У. В., Куршакова Н. Б. Разработка анкеты для проведения полевого исследования с целью изучения качества образовательной услуги//АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ. Материалы VIII международной научно-практической конференции: В 2 частях. Том Часть 2. Омск, 2020. С. 126-132

6) Шацкая, И. В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Шацкая. - Москва: РТУ МИРЭА, 2020. 180 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/referat/355934>