

Қазақстан Республикасының Білім және Ғылым Министрлігі
Қазақстан «Алатау» Университеті

Маркетинг пәнінен жасалған презентация
Тақырыбы: “Маркетингтік зерттеулер”

Орындаған: ІКСПОІІФ студенті Сабыров О.М.
Қабылдаған: э.ғ.к. Доцент Макашева Е.Д.

Алматы 2012

Маркетингтік зерттеулер – бұл фирма алдында тұрған маркетинг жағдайына байланысты деректер жиынтығын анықтау, оларды жинау, талдау және нәтижесі жайлы есеп беру.

Зерттеу маңыздылығына байланысты
маркетинг зерттеулердің төмендегідей
түрлері бар:



*Барлаушы
зерттеулер*

*Сипаттаушы
зерттеулер*

*Талдаушылық
зерттеулер*

Маркетингтік зерттеулердің түрлері:



Барлаушы зерттеулер – бөлшектеп және тереңдеп зерттеуден бұрын нарықтың жеке элементтерін зерттеу; Негізгі әдәсі – экспресс – сауалнама;



Сипаттаушы зерттеулер – статистика базасы және басқа да екінші ақпараттар негізінде зерттеу; барлаушы ақпараттар сияқты фрагментті болып келеді;



Талдаушылық зерттеулер – себеп - салдарлы байланыстарды айқындайды, сыртқы және ішкі ортаның салыстырмалы талдауын береді;





Бенчмаркинг –
қолда бар
шешеімдерді
іріктеп, жүйелеп
кәсіпорынның
жұмысын жақсарту
мақсатында
жүргізілетін
процесс.



НАЗАР
АУДАРҒАНДАРЫҢ ЫЗҒА
РАХМЕТ!!!