Кр\_ ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ АНКЕТ В МАРКЕТИНГОВЫХ

ИССЛЕДОВАНИЯХ

Стр\_57

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc479143720)

[I.СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ АНКЕТ](#_Toc479143721)

[1.1 Понятие, виды и этапы маркетинговых исследований](#_Toc479143722)

[1.2 Понятие анкеты, виды анкетирования при проведении маркетингового исследования](#_Toc479143723)

[1.3 Этапы составления опроса в маркетинговых исследованиях](#_Toc479143724)

[II. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ](#_Toc479143725)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика отеля](#_Toc479143726)

[2.2 Анализ деятельности отеля](#_Toc479143727)

[2.3 Выявление конкурентоспособности](#_Toc479143728)

[III. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ АНКЕТ](#_Toc479143729)

[3.1 Основные направления процесса разработки анкет](#_Toc479143730)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc479143731)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ](#_Toc479143732)

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования на темы курсовой работы были сделаны следующие выводы:

- анкета является одним из ведущих маркетинговых инструментов по сбору первичной информации, одним из наиболее эффективным и не дорогих. В целом анкета включает в себя три основных компонента, которые имеют внутригрупповую разбивку;

- в настоящее время в ходе маркетинговых исследований используются множество вариантов анкет, вид которых зависит от цели, которую заказчик преследует в исследовании, структурированности сформулированных вопросов, необходимость детального выяснения тех или иных причин при выборе продукции. Стоит особо отметить, что анкетирование в последнее время используется не только для опроса потенциальных потребителей продукции, но и для отслеживания мнений экспертов;

- анкета составляется в несколько этапов, которые условно можно разбить на десять. Данные этапы тесно взаимоувязаны между собой и дополняют друг друга, т.е. предыдущий этап служит основой для последующего [31, с.189].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер//Издательство: Альпина Паблишер, 2016, с.212

2 Алексунин В.А. Маркетинг//Издательство: Дашков и К, 2016, с.216

3 Герасименко В.В. Маркетинг//Издательство: Проспект, 2016, с.513

4 Котлер Ф. Маркетинг менеджмент//Издательство: Питер, 2015, с.800

5 Ерёмина Е.И., Мурахтанова Н.М. Маркетинг//Издательство: Академия, 2012, с.305