

УДК 339.1
ББК 65.9
П 30

Рецензенты: *А.А. Колобов, С.В. Смирнов*

П 30 **Петриченко Т.В., Терентьева З.С.**
Маркетинговые исследования: Учеб.-метод. пособие. – М.:
Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2006. – 56 с.: ил.

В пособии рассмотрены цели, задачи и процедуры маркетинговых исследований, наиболее распространенные проблемы в области маркетинга; охарактеризованы маркетинговая информационная система (МИС), план исследования, методы сбора и анализа информации, прогнозирования рыночной деятельности предприятия; изложены требования к структуре и содержанию отчета о маркетинговом исследовании.

Для студентов 5—6 курсов факультета ИБМ, обучающихся по специальности «Менеджмент высоких технологий».

Ил. 13. Табл. 17. Библиогр. 13 наим.

УДК 339.1
ББК 65.9

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Тема 1. Цели и задачи маркетинговых исследований	4
Тема 2. Типы требуемой информации и ее источники	9
Тема 3. Методы сбора информации и разработка плана исследования	14
Тема 4. Сбор информации	22
Тема 5. Анализ собранной информации	22
Тема 6. Прогнозирование	25
Общая характеристика методов прогнозирования	25
Анализ временных рядов	26
Корреляция и регрессионный анализ	42
Экспертные оценки	49
Тема 7. Представление полученных результатов	52
Список литературы	54