

Министерство образования и науки Российской Федерации  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

В.А. ТИТОВА  
М.Е. ЦОЙ

# ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ЗА СЕМЬ ДНЕЙ

Утверждено Редакционно-издательским советом университета  
в качестве учебного пособия

НОВОСИБИРСК  
2011

ББК 65.291.31я73  
Т 454

Рецензенты:

канд. экон. наук, доц. *О.Л. Лямзин*;  
д-р экон. наук, проф., чл.-корр. *В.В. Салий*

Работа подготовлена на кафедре теории рынка для студентов  
III–V курсов факультета бизнеса, заочного факультета, ИДО

**Титова В.А.**

Т 454 Проведение маркетинговых исследований за семь дней: учеб.  
пособие / В.А. Титова, М.Е. Цой. – Новосибирск: Изд-во НГТУ,  
2011. – 80 с.

ISBN 978-5-7782-1616-7

Учебное пособие представляет собой комплексный теоретический и практический материал, способствующий изучению процесса проведения маркетинговых исследований.

Предназначено студентам экономических и технических специальностей в рамках дисциплин «Маркетинговые исследования», «Основы маркетинга», «Маркетинг».

**ББК 65.291.31я73**

**ISBN 978-5-7782-1616-7**

© Титова В.А., Цой М.Е., 2011  
© Новосибирский государственный  
технический университет, 2011

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|   |    |
|---|----|
| Предисловие .....   | 4  |
| Введение.....   | 5  |
| День первый. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ.....   | 11 |
| День второй. КАБИНЕТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....   | 17 |
| День третий. ПОЛЕВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....  | 21 |
| День четвертый. РАЗРАБОТКА АНКЕТЫ.....  | 36 |
| День пятый. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА И ТИПА ВЫБОРКИ .....   | 45 |
| День шестой. СБОР И АНАЛИЗ ДАННЫХ .....   | 55 |
| День седьмой. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ.....   | 62 |
| Экстра-день. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖ-<br>ДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ..... | 64 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ.....   | 72 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....   | 79 |