

Е.П. Голубков



МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

4-е издание



Серия «Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом»

Е.П. Голубков

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:

теория, методология и практика

4-е издание, переработанное и дополненное

Учебник



Москва
«Финпресс»
2008

УДК 339.13(07)
ББК 65.291.31я7
Г62

Голубков, Евгений Петрович.

Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник / Е.П. Голубков. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство «Финпресс», 2008.— 496 с.— (Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом).

ISBN 978-5-8001-0093-8

В учебнике рассмотрены все важнейшие теоретико-методологические вопросы маркетинговых исследований, а также результаты их практической реализации.

После ознакомления с основными понятиями маркетинга раскрываются содержание и направления маркетинговых исследований, описываются процесс и методы их проведения. Дается характеристика экспертных методов, применяемых при проведении маркетинговых исследований. Большое место отводится анализу опыта проведения маркетинговых исследований рынка, потребителей и конкурентов. Рассматриваются результаты исследования товаров, цен, эффективности деятельности по продвижению товаров (прежде всего рекламы). Анализируется опыт разработки маркетинговых прогнозов.

Книга ориентирована на преподавателей и студентов, слушателей системы повышения квалификации и подготовки маркетологов. Кроме того, она может быть полезной как руководителям и специалистам предприятий сферы производства и сбыта, так и специалистам организаций, осуществляющих маркетинговые исследования.

УДК 339.13(07)
ББК 65.291.31я7

Полное или частичное воспроизведение или размножение каким-либо способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издательства «Финпресс».

ISBN 978-5-8001-0093-8

© Издательство «Финпресс», 2008