

Ортннська В.В.

Маркетингові дослідження ; підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельниковим. - 2-ге вид., доповн. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. -436 с

ISBN 978-966-629-708-5

У підручнику розглянуто важливі теоретнчно-методологічні питання організації маркетингових досліджень. Розкриваються зміст та особливості проведення різноманітних видів опитування, спостереження та експериментів. Викладені методичні підходи до дизайну опитних листів. Певні розділи розкривають прикладні питання маркетингових досліджень. Кожний розділ підручника супроводжується завданнями і ситуаційними вправами для обговорення та тестами для перевірки рівня засвоєння матеріалу.

Призначено для студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за напрямом підготовки «Маркетинг». Матеріал, викладений у підручнику, може бути корисним для керівників та спеціалістів служб маркетингу виробничих і торговельних підприємств.