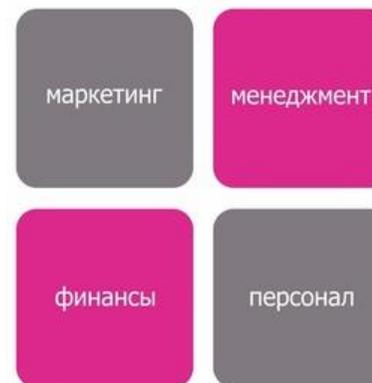


Электронная библиотека журнальных статей издательского дома ГРЕБЕННИКОВ

Grebennikon
25лет

Электронная библиотека
Grebennikon



В базе данных представлено свыше 30 журналов по экономике, альманахи и видеоматериалы. Разделы электронной библиотеки: Маркетинг, Менеджмент, Финансы, Персонал.

Преимущества Grebennikon:

- ✓ Журнальные публикации разбиты по систематическим рубрикам (250 тем, облегчающим поиск нужной статьи).
- ✓ При необходимости можно осуществлять поиск публикаций по ключевым словам и источникам.
- ✓ Статьи представлены в PDF-формате и их можно копировать.

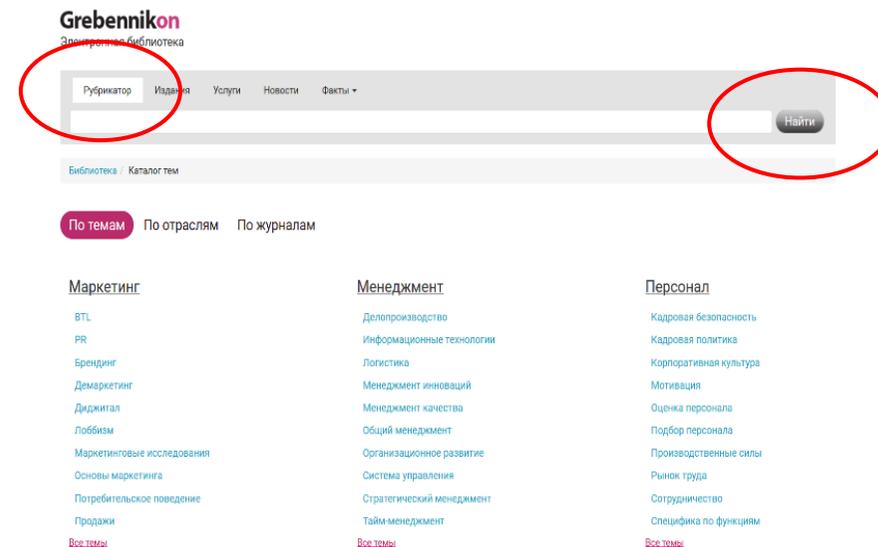
1. Для **входа** введите **логин и пароль**. Логин и пароль можно получить у библиотекаря или на сайте библиотек Пушкинского района.

2. Варианты поиска:

2.1. Введите слово или сочетание слов в поисковую строку и нажмите **Найти**.

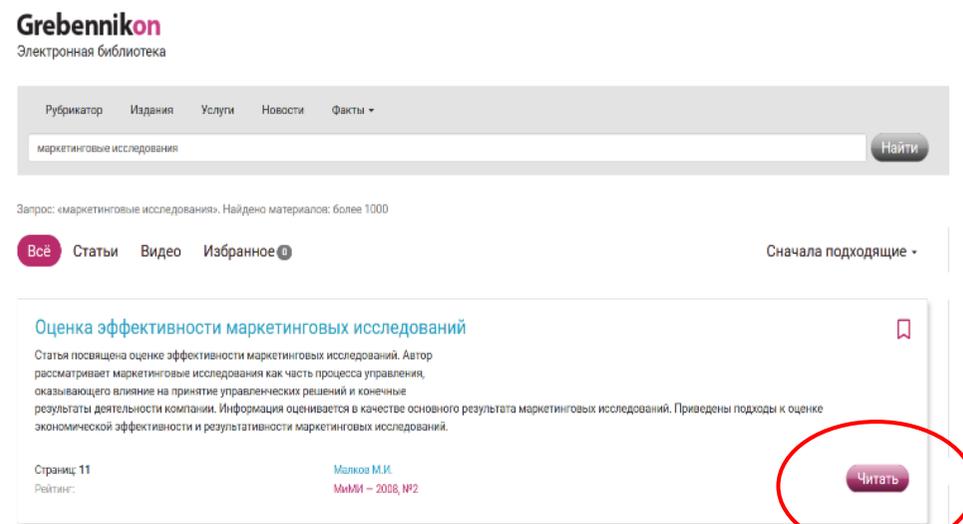
2.2. Воспользуйтесь закладкой **Рубрикатор**:

- **По темам** - маркетинг, менеджмент, персонал, финансы;
- **По отраслям** - по виду деятельности;
- **По журналам** - по названию конкретного журнала.



3. Вы увидите **перечень статей** по вашей теме.

4. Чтобы открыть статью, нажмите в правом нижнем углу на значок **Читать**.



5. Чтобы **сохранить** полный текст, нажмите внизу по центру на значок **Скачать**.

The image shows a document viewer interface for the article "ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ" (Evaluation of the Effectiveness of Marketing Research). The interface includes a header with the Grebennikon logo and navigation options. The main content area displays the article title, a brief description, and a "Скачать" (Download) button, which is highlighted with a red circle. The document text is visible in the background, showing the beginning of the article's introduction and a list of keywords.

Муниципальная библиотека
Логин Новая сессия

Страница: 1 из 11

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Статья посвящена оценке эффективности маркетинговых исследований. Автор рассматривает маркетинговые исследования как часть процесса управления, оказывающего влияние на принятие управленческих решений и конечные результаты деятельности компании. Информация оценивается в качестве основного результата маркетинговых исследований. Приведены подходы к оценке экономической эффективности и результативности маркетинговых исследований.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: управленческий процесс, принятие управленческих решений, маркетинговая деятельность, маркетинговые исследования, информация, эффективность, результативность, показатели результативности

Для успешной работы компании ее руководство должно принимать решения, основанные на знании состояния и динамики маркетинговой среды, а также взвешенной оценке рыночных возможностей организации. Функцию обеспечения необходимым информационным ресурсом выполняют маркетинговые исследования. Являясь связующим звеном между внешней и внутренней средой организации, маркетинговые исследования являются фундаментом в современной концепции управления.

Grebennikon

Скачать

статья