



• محتوای کارگاه

- تحقیقات بازاریابی و بازارهای صنعتی و بازارهای مصرف کننده نهایی
- عوامل موثر در توجه و تمرکز شرکتها بر تحقیقات بازاریابی
- روشهای شناخت مسئله تحقیق بازاریابی و روش تدوین و طراحی طرح تحقیق
- روشهای گردآوری اطلاعات دست دوم و دست اول
- روش تدوین پرسشنامه
- تعریف جامعه و نمونه گیریهای احتمالی. غیر احتمالی
- چگونگی عرضه گزارش نهایی

• مقدمه

تحقیقات بازاریابی به عنوان رابط و حلقه ی اتصال میان مدیران بازاریاب و مصرف کنندگان و جامعه می باشد. وظیفه ی تحقیقات بازاریابی تهیه ی اطلاعات کمی و کیفی برای تمام امور بازاریابی است. موقعیت اقتصادی و جغرافیایی، دگرگونیهای جمعیتی و متغیرهای مردم شناسی و رفتاری می بایست به دقت بررسی گردند تا فرصتهای بالقوه و بکر شناخته شوند.

شرایط شرکت کنندگان: مدیران بازاریابی / کارشناسان / مدیران اجرایی / سرپرستان

- ارایه گواهی نامه آموزشی داخلی (در صورت درخواست جهت گواهی نامه بین المللی معتبر هزینه جداگانه محاسبه می گردد)
- پذیرایی از شرکت کنندگان (میان وعده) / ارزشیابی از فراگیران استادان
- ارایه مشاوره به شرکتها در حوزه های مختلف با شرایط ویژه توسط استادان
- استفاده فراگیران از سمینارهای شرکت با شرایط ویژه
- عضویت در باشگاه مشتریان و ارایه خدمات ویژه
- در صورت معرفی بیش از ۳ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.
- در صورت ثبت نام هر فرد جهت حضور در سه کارگاه آموزشی ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.

برای هماهنگی ثبت نام با واحد آموزش خانم مرجانی ۸۸۲۱۶۱۷۰ و ۸۸۲۱۶۹۸۷ تماس حاصل فرمایید.