

۱. منظور از تحقیقات بازاریابی چیست؟ تحقیقات بازاریابی عبارت است همه کارهایی که اطلاعات مورد نیاز یک سازمان برای تصمیم گیری درباره محیط، آمیخته بازاریابی و مشتریان بالفعل / بالقوه را به دست می دهد.
۲. دومورد از زمینه های استفاده از اطلاعات حاصله از تحقیقات بازاریابی را بنویسید. ایجاد ، بهبود و ارزیابی فعالیت های بازاریابی- فهم بهتر فرآیند مدیریت بازاریابی
۳. سیستم های اطلاعات بازاریابی (MkIS) را توضیح دهید. سیستم اطلاعات بازاریابی عبارت است رویه ای (Procedure) مداوم و طراحی شده برای تولید، تجزیه و تحلیل، نگهداری، بازیابی و توزیع اطلاعاتی که در گرفتن تصمیمات بازاریابی مورد استفاده قرار می گیرد.
۴. منظور از تحقیقات تشریحی (Descriptive Research) چیست؟ در این تحقیقات محققان ماهیت مساله بازاریابی را توصیف می کنند. غالبا این نوع تحقیقات بعد از تحقیق اکتشافی صورت می گیرد، اکثر تحقیقات بازاریابی را می توان از نوع توصیفی تلقی کرد.
۵. منابع کسب اطلاعات به چند دسته تقسیم می شوند. یک مورد را توضیح دهد. داده های دست دوم (Secondary Data) - داده های دست اول (Primary Data)
- داده های دست اول، داده هایی هستند که برای نخستین بار و برای رفع نیاز سازمان در مورد یک موضوع خاص جمع آوری می شوند.
۶. فرایند تحقیقات بازاریابی را بنویسید. تعریف مساله و تنظیم فرضیه، تهیه طرح تحقیق، جمع آوری داده، تجزیه و تحلیل و تفسیر داده ها
۷. تحقیقات بازاریابی از دیدگاه کاتلر و آرمسترانگ به چه معناست؟ تحقیقات بازاریابی عبارت است از عاملی که از طریق ارائه اطلاعات به بازاریاب، بین مصرف کننده، مشتری و جامعه ارتباط ایجاد می کند.
۸. مشاهده (Observation) را به عنوان یکی از شیوه ها گردآوری اطلاعات در تحقیقات بازاریابی بنویسید. یعنی ثبت رفتار یا واقعه بدان گونه که دیده می شود. مدیران بازاریابی به این دلیل روش مشاهده را ترجیح می دهند که به آنها کمک می کند تا آنچه را مشتریان در عمل انجام می دهند مورد توجه قرار دهند، نه آنچه را که می گویند.
۹. تعریف مساله و تنظیم فرضیه را در فرایند تحقیقات بازاریابی تشریح نمایید. تعریف روشن مسئله ، اولین و مهمترین مرحله در اجرای هر نوع طرح تحقیقاتی می باشد ، و به معنی تعیین وضعیت کلی مشکل و مشخص نمودن اجزاء تشکیل دهنده آن است. با تعریف مساله، جهت تحقیق برای محقق بازاریابی مشخص می شود. بعد از تعریف مسئله، فرضیه هایی تعیین می شود. گاه در مورد یک مسئله یا مشکل محقق می تواند بیش از یک فرضیه ارائه دهد.
۱۰. نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده (Stratified random Sampling) را توضیح دهید. روشی است که در آن، محقق جامعه را با توجه به خصوصیت آن به جوامع و گروه های کوچکتر تقسیم می کند و سپس برای گزینش هر گروه، روش نمونه گیری تصادفی را به کار می برد.