

***Badania marketingowe :
metody, nowe technologie i zastosowania w zarządzaniu
przedsiębiorstwem***
redakcja naukowa Krystyna Mazurek-Łopacińska

Podręcznik dla praktyków i studentów Jak podejmować trafne decyzje marketingowe oparte na danych? Jak skutecznie analizować rynek i zachowania klientów? Jak wykorzystać sztuczną inteligencję w badaniach marketingowych? Nowe wydanie „Badań marketingowych” to kompleksowy przewodnik po metodologii badań rynkowych, dostosowany do realiów współczesnej gospodarki. Książka przedstawia kluczowe narzędzia analityczne, procesy badawcze oraz nowoczesne technologie wspierające podejmowanie decyzji marketingowych. Znajdziesz tu zarówno podstawy metod ilościowych i jakościowych, jak i praktyczne przykłady wykorzystania badań w segmentacji rynku, analizie konkurencji, ustalaniu cen, wyborze kanałów dystrybucji, analizie produktu, optymalizacji kampanii reklamowych, a także w badaniu satysfakcji i lojalności klientów . Podręcznik został stworzony z myślą o: studentach uczelni ekonomicznych i kierunków związanych z marketingiem i zarządzaniem, słuchaczach studiów podyplomowych i kursów z zakresu badań marketingowych, menedżerach i specjalistach odpowiedzialnych za strategie marketingowe w firmach, pracownikach agencji badawczych i konsultingowych, przedsiębiorcach, którzy chcą podejmować decyzje oparte na rzetelnych danych. Dzięki tej książce zdobędziesz praktyczne umiejętności w zakresie planowania, realizacji i analizy wyników badań marketingowych, a także nauczysz się prowadzić badania w internecie , wykorzystywać najnowsze technologie, w tym sztuczną inteligencję, w badaniach rynkowych.

Informacja ze strony wydawnictwa