

Segmentacja rynku wybranych produktów w środowisku internautów

55 stron, 22 pozycje w bibliografii

Wstęp 1

Rozdział 1. Pojęcie segmentacji rynku w środowisku Internetu 3

1.1. Analiza rynku w procesie badań marketingowych 3

1.2. Definicje segmentacji rynku. 9

1.3. Metody przeprowadzania segmentacji rynku. 13

Rozdział 2. Badania empiryczne w środowisku internatów 16

2.1. Badania marketingowe w Internecie 16

2.2. Metody badań marketingowych w Internecie 24

2.3. Zalety i wady elektronicznych ankiet 29

Rozdział 3. Wyodrębnienie i analiza segmentów rynku motoryzacyjnego dla firmy AUTO-SQUAD 36

3.1. Analiza rynku docelowego firmy 36

3.2. Metodologia badań 41

3.3. Wyłonienie i analiza segmentów rynku docelowego na podstawie badań 46

Podsumowanie 52

Bibliografia 53

Spis Tabel i Rysunków 55

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis