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