

Badania marketingowe przedsiębiorstwa na przykładzie XXX

SPIS TREŚCI

Wstęp 3

1. Procedura badań marketingowych 6

1.1 Źródła badań 6

1.2. Typy badań marketingowych 8

1.3. Projekt doboru próby 12

1.4. Typowy proces badania marketingowego 15

2. Jakościowe badania marketingowe w XXX 21

2.1 Charakterystyka firmy XXX 21

2.2. Charakterystyka sektora telekomunikacyjnego w Polsce 24

2.3. Istota badań jakościowych 29

2.4. Klasyfikacja i zastosowanie badań jakościowych w marketingu w XXX. 32

2.5. Technologia badań jakościowych w XXX. 34

3. Ilościowe badania marketingowe w XXX 38

3.1. Porównanie badań jakościowych i ilościowych 38

3.2. Technologia badań ilościowych w XXX 40

3.3. Raport z wywiadów grupowych 47

4. Organizacja badań marketingowych 54

4.1. Organizacja badań w XXX 54

4.2 Rozwój badań marketingowych w Polsce 59

Zakończenie 63

Spis rysunków i tabel 65

Bibliografia 67

Wstęp

W dobie globalizacji i coraz bardziej zaciętej konkurencji na rynkach krajowych i

międzynarodowych, efektywne zarządzanie marketingiem staje się kluczową kompetencją, decydującą o sukcesie przedsiębiorstw. W tym kontekście, badania marketingowe odgrywają zasadniczą rolę w pozyskiwaniu informacji, które pozwalają na dokładniejsze zrozumienie rynku, identyfikację potrzeb i preferencji konsumentów oraz optymalizację strategii marketingowych. Niniejsza praca dyplomowa skupia się na analizie badań marketingowych przedsiębiorstwa na przykładzie firmy XXX, będącej jednym z graczy na rynku telekomunikacyjnym w Polsce.

W przedsiębiorstwach działających w dynamicznie zmieniających się sektorach, takich jak telekomunikacja, nieustanne monitorowanie rynku i klientów jest nie tylko rekomendowane, ale niezbędne. Decyzje podejmowane na podstawie niedokładnych lub nieaktualnych danych mogą mieć długofalowe, negatywne implikacje, zarówno dla rentowności, jak i wizerunku firmy. Stąd, badania marketingowe, zarówno jakościowe, jak i ilościowe, są ważnym narzędziem w ramach zarządzania marketingowego.

Celami tej pracy są: zrozumienie procedur i typów badań marketingowych stosowanych w firmie XXX; analiza jakościowych i ilościowych badań marketingowych w kontekście specyfiki rynku telekomunikacyjnego w Polsce; oraz ocena organizacji i rozwój badań marketingowych na terenie kraju. Wybór firmy XXX jako obiektu badawczego jest podyktowany jej znaczącą pozycją na rynku oraz innowacyjnym podejściem do zarządzania marketingiem, co pozwala na ciekawe i wartościowe wnioski.

Praca jest podzielona na cztery główne rozdziały. Pierwszy rozdział omawia ogólną procedurę badań marketingowych, skupiając się na źródłach danych, typach badań, projektowaniu doboru próby oraz typowym procesie badawczym. Drugi rozdział dedykowany jest analizie jakościowych badań marketingowych w firmie XXX. Zawiera on charakterystykę samej firmy, a także sektora telekomunikacyjnego w Polsce, oraz szczegółowo omawia różne aspekty badań jakościowych. Trzeci rozdział koncentruje się na badaniach ilościowych, porównując je z badaniami jakościowymi i omawiając technologie używane w ich realizacji. Ostatni, czwarty rozdział, skupia się na aspektach organizacyjnych badań marketingowych w badanym przedsiębiorstwie i w Polsce ogólnie.

W trakcie przygotowywania tej pracy korzystano z różnorodnych źródeł, w tym publikacji naukowych, raportów branżowych, wyników badań pierwotnych i

wtórnych, a także wywiadów z ekspertami. Dzięki temu praca ma charakter interdyscyplinarny i pozwala na pełniejsze zrozumienie skomplikowanego i dynamicznie zmieniającego się krajobrazu badań marketingowych w Polsce.

W konkluzji, niniejsza praca ma na celu nie tylko zrozumienie, ale i syntezę różnych aspektów badań marketingowych, które są kluczowe dla sukcesu współczesnych przedsiębiorstw. Przez szczegółową analizę praktyk firmy XXX, praca dąży do identyfikacji najlepszych praktyk, potencjalnych obszarów do poprawy, a także generalnych trendów w zarządzaniu marketingowym w Polsce. W tym kontekście, przedstawione wyniki i wnioski mogą mieć szerokie zastosowanie, nie tylko dla badanej firmy, ale i dla innych przedsiębiorstw działających w analogicznych warunkach rynkowych.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!