

## ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Цели маркетинговые исследования в сфере новых медиа и бизнес коммуникаций
2. Задачи маркетинговые исследования в сфере новых медиа и бизнес коммуникаций
3. Объекты маркетинговых исследований в сфере новых медиа и бизнес коммуникаций
4. Виды маркетинговые исследования в сфере новых медиа и бизнес коммуникаций
5. Содержание и виды медиаисследований.
6. Этапы проведения маркетинговых исследований
7. Этапы проведения медиаисследований
8. Вторичная информация и ее источники
9. Достоинства и недостатки вторичных исследований в сфере новых медиа и бизнес-коммуникаций
10. Источники вторичной информации в сфере новых медиа и бизнес-коммуникаций
11. Первичная информация и ее источники
12. Достоинства и недостатки первичных исследований в сфере новых медиа и бизнес-коммуникаций
13. Наблюдение как методы первичного исследования
14. Эксперимент как метод первичного исследования
15. Опросы как метод первичного исследований
16. Методы сбора количественных данных в маркетинговых и медиаисследованиях
17. Инструменты и формы сбора данных в количественных исследованиях
18. Принципы составления закрытых вопросов в количественных исследованиях
19. Принципы составления открытых вопросов в количественных исследованиях
20. Разработка форм для сбора данных в количественных исследованиях
21. Этапы и порядок проведения наблюдений
22. Карты восприятия как инструмент исследования
23. Построение атрибутивных карт восприятия
24. Построение неатрибутивных карт восприятия
25. Общая характеристика описательных методов анализа количественных данных
26. Дескриптивные методы анализа количественных данных
27. Статистические методы анализа количественных данных
28. Основные виды качественных исследований
29. Методы вербального опроса в маркетинговых и медиаисследованиях
30. Проективные методы в маркетинговых и медиаисследованиях
31. Фокус-группы как инструмент маркетинговых исследований
32. Эксперимент как методы качественных исследований
33. Виды экспериментов

34. Этапы и порядок проведения экспериментов в маркетинговых и медиаисследованиях
35. Методы анализа качественных данных
36. Методики тестирования концепции медиапродукта
37. Методики тестирования медиапродукции
38. Понятие и основные методики медиаметрии
39. Методики тестирования эффективности медиапродукта
40. Основные количественные показатели медиаэффективности бизнес-коммуникаций
41. Основные качественные показатели медиаэффективности бизнес-коммуникаций
42. Маркетинговые показатели эффективности бизнес-коммуникаций
43. Показатели оценки онлайн бизнес-коммуникаций.