**Маркетингово проучване**

Алгоритъм за провеждане на маркетингово проучване

**1фаза Подготовка на изследването**

* Определяне състава на изследователския екип
* Изготвяне на справка за предходни изледвания
* Формулиране на проблема, обекта и предмета на изследване
* Дефиниране на целите и основни изследователски въпроси
* Операционно дефиниране и емперична интерпретация на понятията
* Формулиране на изследователски хипотези
* Избор на стратегия, методи и техники за събиране на данни
* Определяне модела и обема на извадката
* Разработване на проект за обработване на данните
* Изработване на полеви документи/въпросници, шоу- карти, инструкции/
* Определя формата на представяне на резултати от изследването
* Разработване на организационен план
* Бюджетиране на изследването
* Създаване на анкетна карта и кодиране на въпросите

**2 фаза Събиране на данните**

* Подбор на полеви сътрудници
* Инструктаж на полеви сътрудници
* Раздаване на документи на изледването
* Същинска полева работа по събиране на данни

**3 фаза обработка и анализ данните**

* Първична проверка на данните
* Редактиране на данните
* Кодиране на данните
* Въвеждане на данните
* Изчисляване на данните със статистическата програма SPS
* Ажустиране и преобразуване
* Същински статистически анализ

**4 фаза интерпретация и представяне на резултатите**

* Съставяне на изследователски доклад, съставяне на графики
* Изложение на резултатите от изследването
* Изводи
* Приложения