

А.А. Азоян
старший викладач кафедри
маркетингу та поведінкової економіки
Університет економіки та права «КРОК»
В.Ю. Охана
асистент кафедри
маркетингу та поведінкової економіки
Університет економіки та права «КРОК»

Сучасні тенденції розвитку маркетингових досліджень та доцільність їх використання

У цій статті описано та систематизовані нові технології організації та проведення маркетингових досліджень; проаналізовано типові технологічні засоби пошуку, збору, нагромадження та класифікації маркетингової інформації, оброблення отриманих даних; досліджено вплив використання сучасних методів дослідження на імідж компанії.

Ключові слова: маркетинг, ринкові дослідження, сучасні методи дослідження, економіка, ІТ, SEO, інтернет-маркетинг.

А.А. Азоян
старший преподаватель кафедры
маркетинга и поведенческой экономики
Университет экономики и права «КРОК»
В.Ю. Охана
ассистент кафедры
маркетинга и поведенческой экономики
Университет экономики и права «КРОК»

Современные тенденции развития маркетинговых исследований и целесообразность их использования

В этой статье описаны и систематизированы новые технологии маркетинговых исследований; проанализированы типичные технологические средства поиска, сбора, накопления и классификации маркетинговой информации, обработки полученных данных; исследовано влияние использования современных методов исследования на имидж компании.

Ключевые слова: маркетинг, рыночные исследования, современные методы исследования, экономика, ИТ, SEO, интернет-маркетинг.

Azoyan Artem
Senior Lecturer, Department

of Marketing and Behavioral Economics
“KROK” University
Okhapina Victoriia
Assistant Professor, Department
of Marketing and Behavioral Economics,
“KROK” University

**Modern trends in the development
of marketing research and the expediency of their use**

The new technologies of organization and conduction of marketing research are described and systematized in this article. The typical technological tools of search, collection, accumulation and classification of marketing information, processing of the received data are also analyzed. The influence of using modern research methods on the reputation of the company is studied.

Keywords: Marketing, Market Research, Modern Research Methods, Economics, IT, SEO, Internet Marketing.