Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

ПО MBA 207 ***„Маркетингови проучвания”***

НА ТЕМА:

„РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРОЕКТ ЗА МАРКЕТИНГОВО ПРОУЧВАНЕ“

Изготвил: ……. **Проверил:**

Фак. номер: ……..

2016

СЪДЪРЖАНИЕ:

УВОД

1. Проблем.....2

2. Предварителен анализ на наличната информация.....2

3. Необходимо ли е последващо проучване? (ако отговорът на този въпрос е „НЕ", то трябва да е аргументирано.Защо ?) 3

4. Определяне и оценка на възможните информационни източници и определяне на целесъобразността разходи/ползи. 4

5. Изготвяне на план на проучването 5

6. Набиране на информация 6

7. Анализ на резултатите и препоръки за решаване на проблема.....6

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....7

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

УВОД

Използването на мобилни телефони е нещо общоприето днес. В някои райони на света се наблюдава по-бързо внедряване и проникване на мобилната телефония. 70% от населението в света притежава най-малко един мобилен телефон. Въз основа на статистическите данни, децата в България имат по-голяма склонност да притежават мобилен телефон отколкото книга, като 85% от децата има мобилен телефон, а само 73% книги. Без изключение, България е една от страните, която хвана вълната на телекомуникационна еволюция. Мобилната телефонония постоянно се увеличава в страната. Според някои данни 85% от българите притежават мобилни телефон (и).

Повечето от мобилните телефони в днешно време се разглежда като "смартфони", тъй като те предлагат повече възможности и подобрена свързаност от мобилните телефони. Със смартфона са възможни гласово повикване, видео повикване, SMS и MMS и множество други приложения смартфони. Всички те се позиционират като „нови носители на информация”. С други думи, смартфоните предоставят неограничени функционалности за обработка на информация, като управление на времеви график, достъп до интернет съдържание, редактиране на документи, използване като GPS функция, както и много други вълнуващи приложения. Въпреки това, без значение колко е интелигентен смартфона, той не може да доведе до очакваните ползи и ефективност, ако не се използва пълноценно.

Самият размер на смартфон пазара оказва влияние върху икономическия растеж в една страна и предоставя възможности за работа в икономическа верига. Пазарните възможности за софтуерните мобилни приложения и мобилното съдържание са огромни и атрактивни. Независимо от макро въздействието на смартфон на пазара, до голяма степен изискванията зависят от отделните потребители. Следователно, разбирането на пазара на смартфони и тенденции от гледна точка на потребителите са много ценни за компаниите.

1. Проблем

Въпреки широкото разпространение на смартфоните в България, проучванията, които са извършени все още предоставят малко и далеч от адекватното разбиране за предпочитанията на потребителите на смартфони и тяхното поведение при използване на смартфоните. Освен това повечето от предходните проучвания са фокусирани върху използването на конкретни мобилни приложения, общата картина на пазара на смартфони в България е неясна и статистиката е трудно достъпна.