

Андреева Мария Михайловна
АНКЕТИРОВАНИЕ КАК МЕТОД
МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В статье раскрываются подходы к анкетированию как методу маркетинговых исследований, рекомендуемые правила составления, структура анкет, типология используемых на практике вопросов, особенности такого формата как Интернет анкетирование, его достоинства и недостатки

Ключевые слова: анкетирование, структура, вопросы, Интернет, целевая аудитория, пользователи

Maria Andreeva
SURVEY AS A METHOD FOR
MARKETING RESEARCH

The article describes approaches viewing questionnaire surveys as a method for marketing research, the recommended rules for developing, structuring questionnaires, as well as reveals types of questions used, especially in a format like Internet survey, also dwelling on its advantages and disadvantages.

Keywords: questionnaire survey, structure, questions, Internet, target audience, users