

## ❖ محورهای کنفرانس

### ♦ مفاهیم نظری تحقیقات بازاریابی

- روش‌ها و فرآیندهای تحقیقات بازاریابی
- تئوری‌ها، روندها و مکاتب تحقیقات بازاریابی
- پژوهش‌های بازاریابی مصرفی و صنعتی
- روندهای توسعه تحقیقات بازار در ایران و جهان
- راهکارها و مزایای تحقیقات بازاریابی برای سازمانهای ایرانی

### ♦ حوزه‌های نوین تحقیقات بازاریابی

- معرفی حوزه‌های نوین در تحقیقات بازاریابی
- معرفی روش‌های جدید در تحقیقات بازاریابی
- کاربرد ابزارهای جدید در تحقیقات بازاریابی
- ممیزی بازاریابی و سنجش اثر بخشی بازاریابی
- نقش تحقیقات بازاریابی در دوران رکورد و بحران
- الزامات حقوقی و بسترهای تحقیقات بازاریابی
- و مفاهیم بازاریابی

### ♦ مفاهیم اجرایی تحقیقات بازاریابی

- روش‌های گردآوری، تجمیع و تحلیل داده‌ها
- سیستم‌های اطلاعاتی و هوشمندی بازاریابی
- الگوهای تحلیلی کمی و کیفی در تحقیقات بازاریابی
- روش‌های ارزیابی ارزش برند و آزمون نام تجاری
- روش‌های آماری و نرم افزاری در تحقیقات بازاریابی
- چالش‌های اجرایی تحقیقات بازاریابی در ایران
- برون سپاری و الگو برداری از برتریت عملکردها

### ♦ حوزه های کاربردی تحقیقات بازاریابی

- تحقیقات بازاریابی مرتبط با آمیخته بازاریابی
- تحقیقات بازاریابی مرتبط با بخش‌بندی بازار و جایگاه یابی
- تحقیقات بازاریابی مرتبط با رفتار مصرف کننده
- تحقیقات بازاریابی مرتبط با برندسازی