

Практична робота 3. Маркетингові дослідження

Завдання 1

Розрахувати рівень проникнення торгівельної марки на ринок, якщо відомо, що ринкова частка марки – 0,43, рівень ексклюзивності 0,67, а рівень інтенсивності закупівель – 1,05.

Завдання 2

Відділ маркетингу мережі супермаркетів планує провести маркетингове дослідження з метою визначення частки покупців, які регулярно купують акційні товари. Необхідно визначити обсяг вибірки, який з достовірністю 99% забезпечить граничну похибку на рівні 2%.