

Marketing Research : Tools & Analysis

หลักสูตร แนวทางการทำวิจัยทางการตลาด : เครื่องมือและวิธีวิเคราะห์



หลักสูตรการทำวิจัยการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อช่วยตอบปัญหาของธุรกิจ เป็นหลักสูตรการอบรม เพื่อให้ความรู้สำหรับธุรกิจหรือหน่วยงานที่ผู้บริหารการตลาดที่ต้องการตอบปัญหาต่างๆ ทางการตลาด อาทิ การทดสอบแนวคิดและผลิตภัณฑ์ใหม่ การค้นหาความพึงพอใจลูกค้า การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ การวัดความเข้มแข็งและตำแหน่งของแบรนด์ การวัดผลตอบรับจากโฆษณาและแคมเปญการตลาด ฯลฯ คำถามเหล่านี้จำเป็นต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจของธุรกิจ มุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมได้เห็นภาพของกระบวนการคิดและการทำงานวิจัยทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการกำหนดปัญหาทางการตลาดที่ถูกต้องเพื่อนำไปสู่การสร้างระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม รวมทั้งการวางแผนดำเนินการวิจัยการตลาดอย่างเป็นระบบมีขั้นตอน ให้แนวทางการทำวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ถ่ายทอดความรู้จากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิจัยการตลาด

ศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2559

Course Outline

■ กระบวนการทำวิจัยทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

- รู้จักการกำหนดปัญหาการทำวิจัยอย่างถูกต้อง
- รู้จักขั้นตอนระเบียบวิธีวิจัย
- ประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีการตลาดสู่การกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย
- รู้จักความแตกต่างของเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และแนวทางการเลือกเทคนิค

■ ค้นหา Customer Insight ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ

- ทุกวันนี้รู้จักลูกค้าดีพอแล้วหรือไม่ ใครบ้างที่เราควรสำรวจ

■ เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group)

- ทำความรู้จักเทคนิคการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ข้อดีและข้อด้อยของการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม
- วิธีการคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนา
- เครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้
- การจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมสนทนา
- ลักษณะของผู้นำสนทนา (Moderator) และเทคนิคการสัมภาษณ์ที่มีประสิทธิภาพ

■ เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

- ทำความรู้จักเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อดีและข้อด้อยของการสัมภาษณ์เชิงลึก
- การเตรียมตัวก่อนการสัมภาษณ์
- กระบวนการสัมภาษณ์ที่มีประสิทธิภาพ



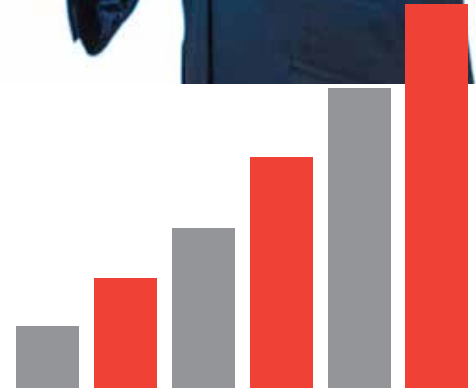
Marketing Research : Tools & Analysis

Objective

- ผู้เข้าอบรมได้ทราบถึงความสำคัญของการกำหนดปัญหา และขั้นตอนการทำวิจัยทางการตลาดตามระเบียบวิธีวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ และทราบถึงเทคนิคการทำวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ
- ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผลเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด



วิทยากร รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณาลี รื่นรมย์
 อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด
 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2559 ลงทะเบียน 8.30 น. อบรมเวลา 09.00-16.00 น.

ค่าธรรมเนียม 5,800 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) สถานที่ โรงแรม Swissotel Le Concorde (ถ.รัชดาภิเษก)

For English Version Click! ---- www.sbdc.co.th



@Strategiccenter



www.facebook.com/StrategicCenter

สนใจสมัคร กรอกรายละเอียด ส่ง FAX ไปตอบรับกลับมาที่ โทรสาร 0-2559-2148 หรือสมัครผ่านทาง Website **ไปตอบรับ**

1.....ตำแหน่ง/ฝ่าย.....
 E - Mail.....

2.....ตำแหน่ง/ฝ่าย.....
 E - Mail.....

3.....ตำแหน่ง/ฝ่าย.....
 E - Mail.....

4.....ตำแหน่ง/ฝ่าย.....
 E - Mail.....

ชื่อบริษัท/องค์กร.....
 สำนักงานใหญ่ สาขา.....

ประเภทธุรกิจ.....
 ที่อยู่.....

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี.....

ชื่อผู้ประสานงาน.....
 ตำแหน่ง.....
 ฝ่าย.....

โทรศัพท์.....
 มือถือ.....
 โทรสาร.....
 E-mail :

การชำระเงิน

- ชำระโดยส่งจ่ายเช็ค/แคชเชียร์เช็ค ชีดคร่อม ส่งจ่ายในนาม "บริษัท ศูนย์พัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ จำกัด" เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105539066692 1755 ซ.ลาดพร้าว 94 ถ.ลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
- โอนเงินเข้าบัญชี

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาศรีราชาทาวเวอร์อินทาวน์ บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 609-2-01313-6

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาสี่แยกศรีราชา บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 140-2-12879-3

** หมายเหตุ หากต้องการยกเลิกหลักสูตรต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน

มิฉะนั้นท่านต้องชำระค่าใช้จ่ายร้อยละ 30 ของค่าธรรมเนียมการอบรม

สมาชิกศูนย์ฯ รับส่วนลด 10%

สมัครสมาชิกศูนย์ฯ 1,500 บาท/ปีพร้อมรับสิทธิประโยชน์กับทางศูนย์ฯ

(ขอสงวนสิทธิ์สำหรับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องที่นั่งล่วงหน้าก่อน)