

Marketing Research : Tools & Analysis

หลักสูตร แนวทางการทำวิจัยทางการตลาด : เครื่องมือและวิธีวิเคราะห์



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

ศุกร์ ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561

Course Outline

■ Marketing Research Essentials **เผยใจทอล์กวิเคราะห์แนวทางวิจัยการตลาด**

- เรียนรู้การกำหนดปัญหาของการทำวิจัยที่ถูกต้อง
- เริ่มต้นกรอบแนวคิดการวิจัยและระเบียบการวิจัยที่เหมาะสม
- เข้าใจถึงขั้นตอนระเบียบการวิจัย
- ความแตกต่างระหว่างเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพและเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ

■ Customer Insights Analysis with Marketing Research **ค้นหา**

Customer Insights **ด้วยเทคนิคการวิจัยการตลาด**

- เข้าใจถึงพฤติกรรมลูกค้า
- เทคนิคความคิดของการวิเคราะห์ลูกค้าของเรา
- รู้ถึงแนวทางการวิเคราะห์สิ่งที่ลูกค้าคิดและต้องการ

■ When and How to Use Research Methods

วางแผนการใช้เทคนิคการวิจัยการตลาดที่เหมาะสม

- เรียนรู้เทคนิคต่างๆ ข้อดี และข้อด้อย ของเทคนิคแต่ละประเภท
- Focus Group Technic การใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม การเป็นผู้นำเสนอหน้าที่ดี รวมถึงเทคนิคการสัมภาษณ์อย่างมืออาชีพ
- In-depth Interview Technic การใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ได้ประสิทธิผล

■ Data Analysis Key Concepts **สู่ผลลัพธ์สุดท้ายด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล**

- การนำข้อมูลที่ได้รับมาตอบปัญหาที่กำหนด



Marketing Research : Tools & Analysis

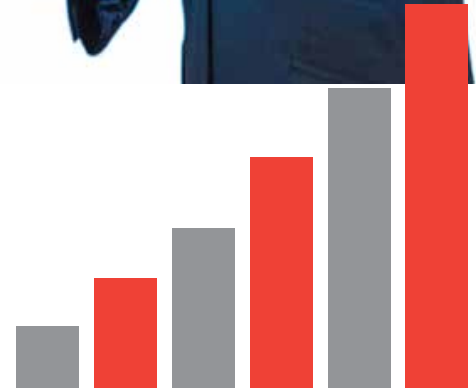
Objective

- ผู้เข้าอบรมได้ทราบถึงความสำคัญของการกำหนดปัญหา และขั้นตอนการทำวิจัยทางการตลาดตามระเบียบวิธีวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ และทราบถึงเทคนิคการทำวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ
- ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผลเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด



วิทยากร รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณี รื่นรมย์

อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศุกร์ ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 ลงทะเบียน 8.30 น. อบรมเวลา 09.00-16.00 น.

ค่าธรรมเนียม 5,900 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) สถานที่ โรงแรม Swissotel Le Concorde (ถ.รัชดาภิเษก)



@strategiccenter



www.facebook.com/StrategicCenter



สนใจสมัคร ส่งใบตอบรับ มาที่ FAX 0-2559-2148 หรือ Register Online for English Version Click !---www.sbdc.co.th

1 ชื่อ

ตำแหน่ง/ฝ่าย มือถือ

E-mail

2 ชื่อ

ตำแหน่ง/ฝ่าย มือถือ

E-mail

3 ชื่อ

ตำแหน่ง/ฝ่าย มือถือ

E-mail

ชื่อบริษัท/องค์กร

สำนักงานใหญ่ สาขา

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี

ประเภทธุรกิจ

ที่อยู่

ชื่อผู้ประสานงาน

ตำแหน่ง/ฝ่าย

โทรศัพท์ มือถือ

โทรสาร

E-mail



สมาชิกศูนย์ฯ รับส่วนลด 10 %

สมาชิกศูนย์ฯ 1,500 บาท / ปี
พร้อมรับสิทธิประโยชน์กับทางศูนย์ฯ

(ขอสงวนสิทธิ์สำหรับสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องที่นั่งล่วงหน้าก่อน)

การชำระเงิน

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



โอนเงินเข้าบัญชี

ธนาคารสิริกไทย จำกัด(มหาชน)
สาขาศรีวิภาทวณอินททวน บัญชีออมทรัพย์
เลขที่ 609-2-01313-6

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

***หมายเหตุ หากต้องการยกเลิกหลักสูตรต้องแจ้งล่วงหน้า
อย่างน้อย 3 วัน มิฉะนั้นท่านต้องชำระค่าใช้จ่ายร้อยละ 30

ของค่าธรรมเนียมการอบรม