

исследовательский центр
АНАЛИТИК

Россия, Екатеринбург,
www.rc-analitik.ru



«ЦЕЛИ И ФУНКЦИИ ОТДЕЛОВ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СТРОЙИНДУСТРИИ»

основные результаты опроса

2011

[В отчете представлены некоторые результаты опроса участников первого заседания Клуба маркетологов стройиндустрии Свердловской области, состоявшееся 9 июня 2011 г.]

Подготовил:
(с) Мозолин А.В.

Содержание

| | |
|---|-------|
| Введение..... | - 3 - |
| Характеристика экспертов..... | - 4 - |
| Характеристики отделов \ служб..... | - 6 - |
| Основные задачи и функции отделов маркетинга..... | - 7 - |
| Показатели эффективности отдела маркетинга..... | - 8 - |

Введение

9 июня 2011 года состоялось первое заседание Клуба маркетологов, работающих в строительной сфере.

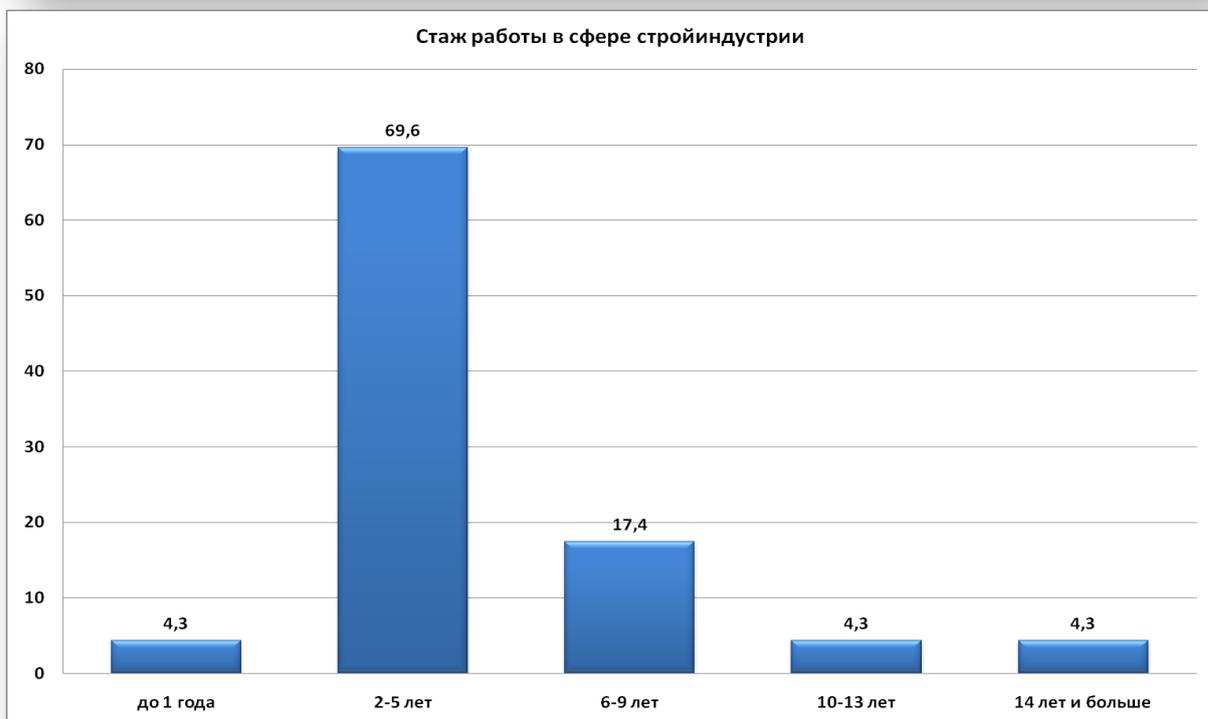
Основная цель Клуба состоит в содействии развитию маркетинга в сфере стройиндустрии, налаживанию деловых контактов между участниками и развитию возможностей их профессионального роста посредством общения, обмена опытом и мнениями.

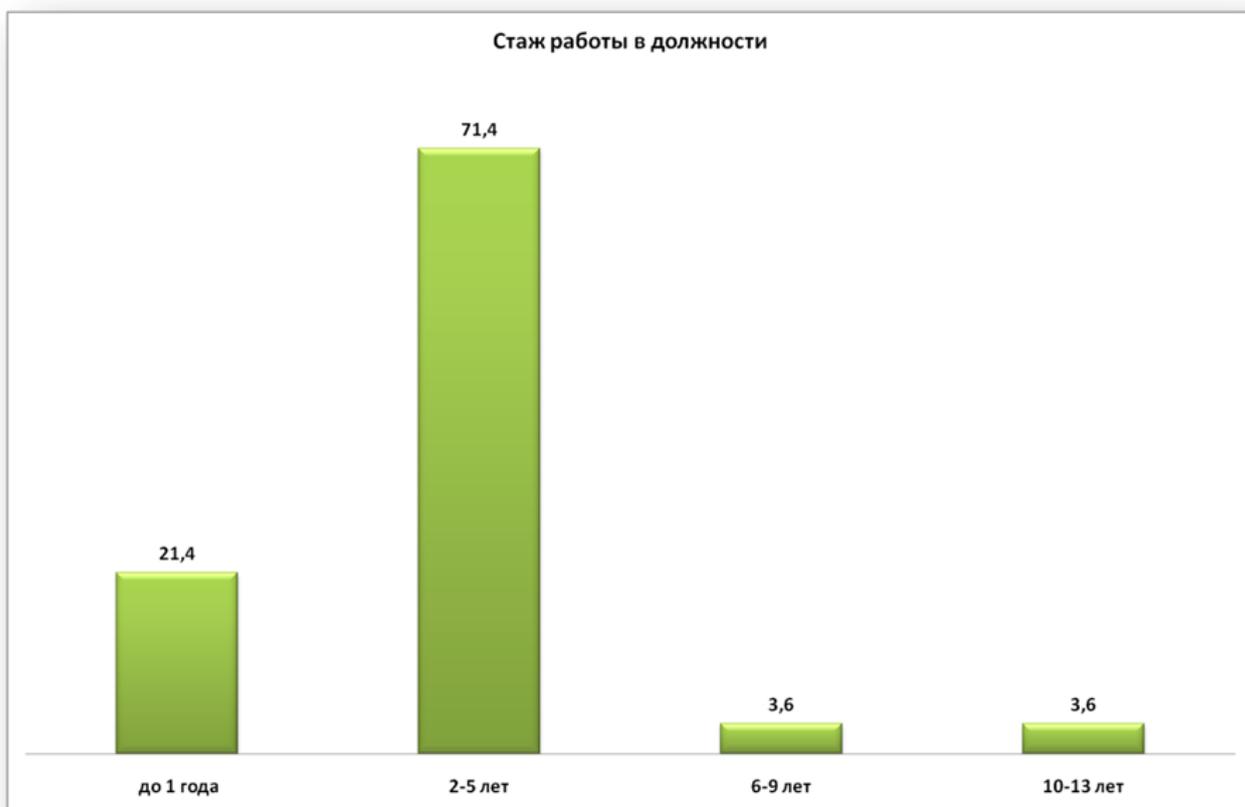
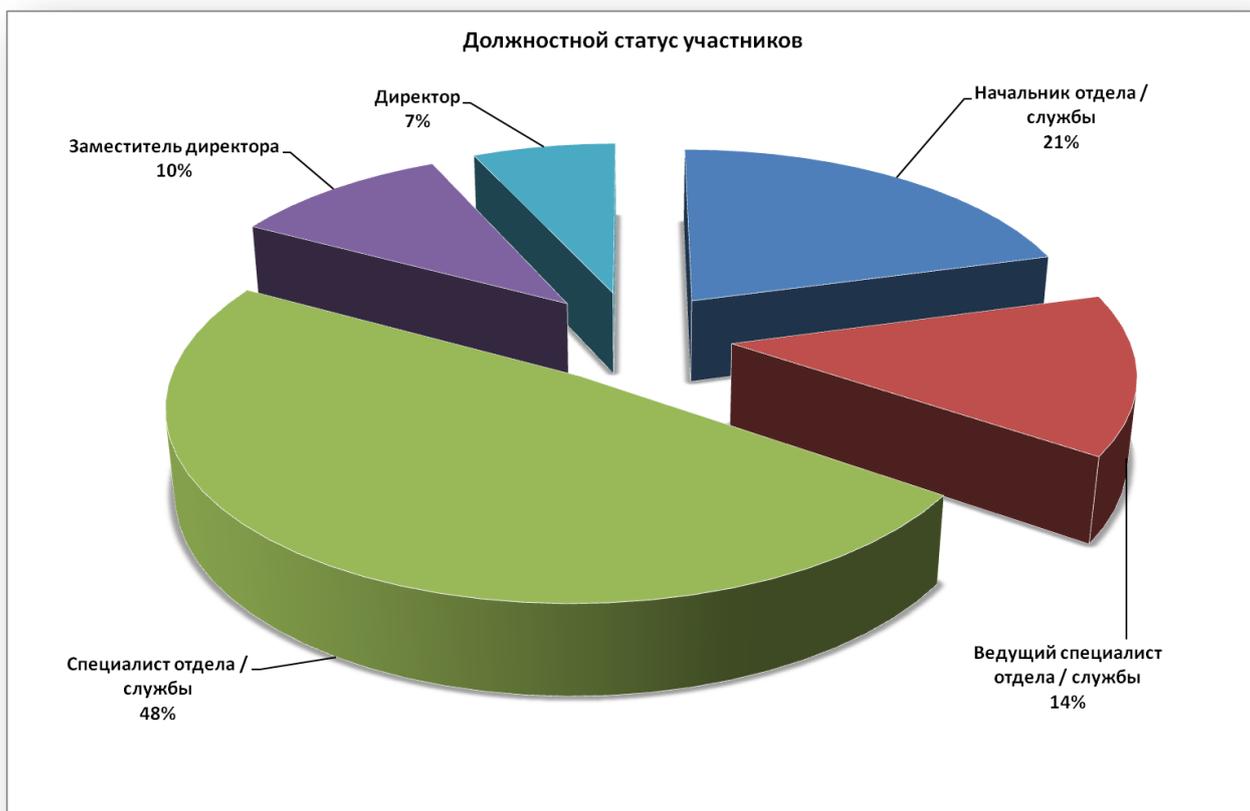
Клуб создан НП СРО "Союз Стройиндустрии Свердловской области" при поддержке Центра «Аналитик».

Цель проведенного опроса состояла в том, чтобы систематизировать представления участников о задачах и функциях, выполняемых маркетологами в сфере стройиндустрии.

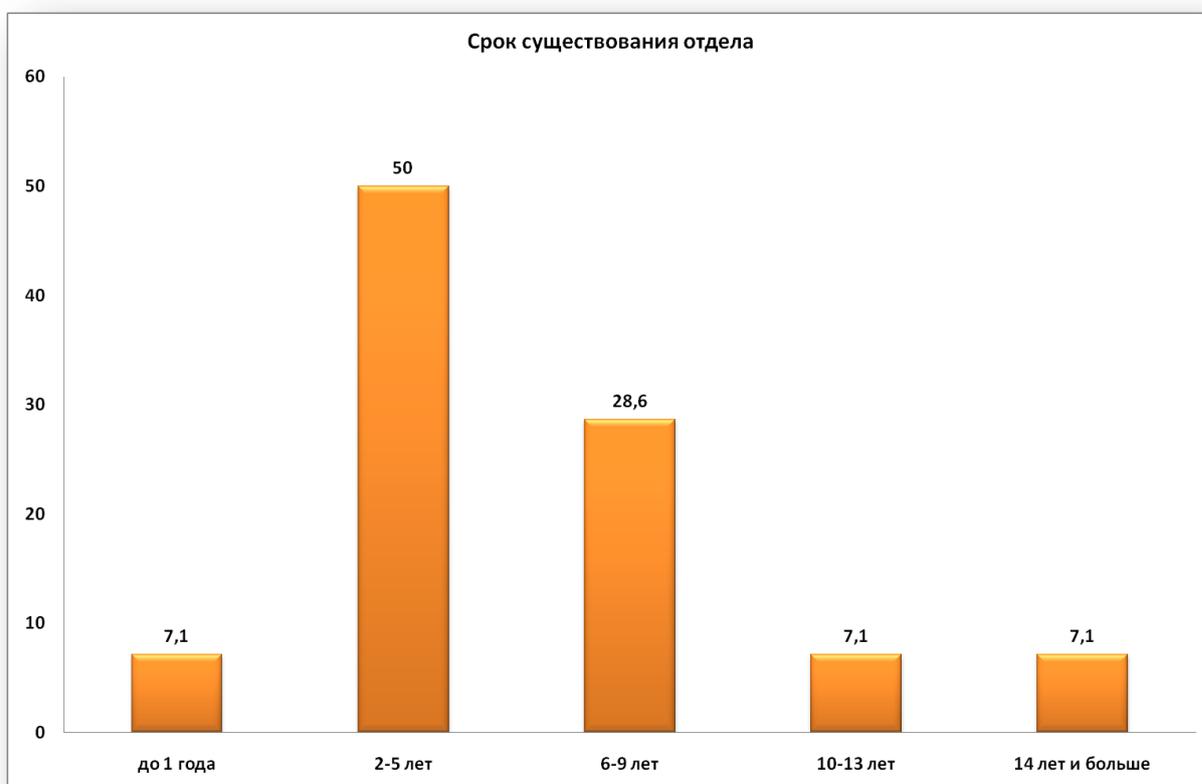
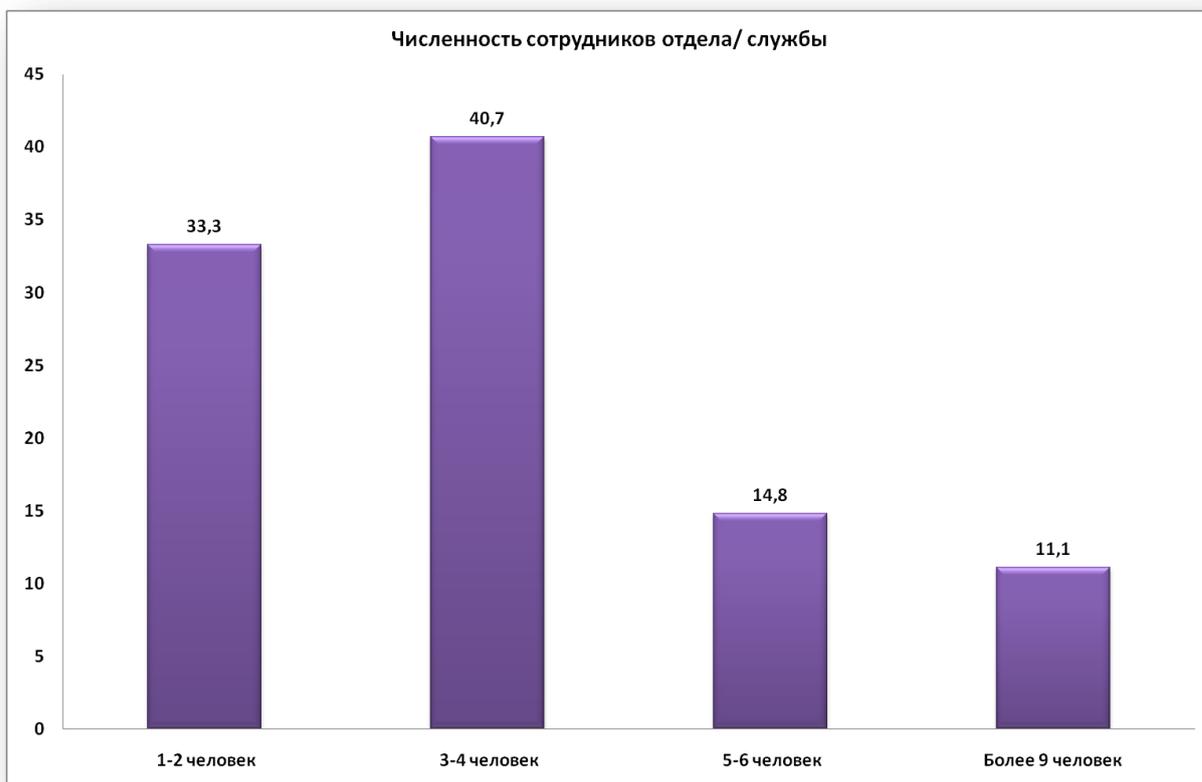
В общей сложности, на вопросы анкеты ответили 28 человек, представляющих самые разные организации, работающие в строительной отрасли.

Характеристика экспертов





Характеристики отделов \ служб



Основные задачи и функции отделов маркетинга



Показатели эффективности отдела маркетинга

