

Badania rynku spotkań jako niezbędny czynnik efektywności

Adam Grzegorzcyk

W artykule uzasadniono konieczność prowadzenia badań rynku spotkań. Opisano zagadnienie optymalnego zakresu takiego badania, a także zdefiniowano jego przedmiot. Zaproponowano założenia metody badania. Wskazano także sposoby udostępniania wyników badania.

Słowa kluczowe: przemysł spotkań, badania rynku, wydarzenie, konferencja, kongres

Abstract

The article justified the need for meetings market research. It described the issue of the optimal scope of such a study, and also defines its subject. Assumptions have been proposed about the date acquiring method. It also identified ways to share the results of the study.

Keywords: meeting industry, market research, event, conference, congress