

1. Изучить структуру организации и основные направления деятельности.
2. Изучить клиентскую базу и основные требования к выполнению маркетинговых исследований.
3. Проанализировать методику применяемых маркетинговых исследований и степень их эффективности.
4. Принять участие в маркетинговом исследовании.
5. Принять участие в собеседовании при процедуре подбора персонала.