**ГЛОССАРИЙ**

**Гипермаркет** — торговое предприятие широкого профиля (c площадью от 2,5 до 10 и более тыс. м).

**Индекс цен** — статистический показатель, отражающий общее изменение цен.

**Инфляция** — цикл развития рынка, при котором рост производства и торговли приостанавливается; обесценивание денежных средств, сопровождающееся ростом цен.

**Информационная среда** (в маркетинге) — совокупность информации, которой оперирует маркетинг.

**Конверсия (от лат. conversio – «обращение, вращение; превращение») – термин, используемый в интернет-маркетинге для определения отношения посетителей сайта к числу тех, кто оформил заказ, воспользовался какой-либо услугой или иным предложением.**

**Магазин** — розничное торговое предприятие, предназначенное для торговли товарами, расположенное в обособленном помещении, которое имеет торговый зал, помещение для складирования товаров и подсобные помещения. Магазин повседневного спроса системы «в двух шагах» (суперет) — небольшой магазин товаров повседневного спроса и товаров первой необходимости (площадью, как правило, не превышающие 400 кв. м).

**Наблюдение** (в маркетинговом исследовании) — научно организованный сбор информации о рыночных процессах и явлениях, а также факторах на них влияющих.

**Объект маркетингового исследования** — отдельное предприятие или совокупность предприятий и организаций, отрасль в целом, а также отдельные индивидуумы и их совокупность, отдельные домохозяйства/семьи и их совокупность, занимающиеся рыночной деятельностью

**Опрос** — способ сбора информации путем задавания вопросов, предусматривающий возможность ответа.

**Торговый центр и торговый комплекс** — крупные универсальные магазины (часто с филиалами), занимающие площадь от 7 до 20 тыс. кв. м).

**Универмаг** — магазин, ориентированный на продажу непродовольственных товаров широкого ассортимента, иногда с отделами продовольственных товаров.

**Универсам** — крупное торговое предприятие, продающее преимущественно продовольственные товары, а также сравнительно узкий ассортимент непродовольственных товаров (площадью 100—400 кв. м).

**Уровень жизни** (уровень благосостояния) — уровень материального

благополучия, характеризующийся объемом реальных доходов на душу

населения и соответствующим объемом потребления.

**Цена** — сумма денег, уплачиваемая или запрашиваемая за товар.

**Источник информации:** Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. — М. 2004, — 414 с.