

<<市场调研与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调研与预测>>

13位ISBN编号：9787030142658

10位ISBN编号：7030142659

出版时间：2004-8

出版时间：科学出版社

作者：徐井岗

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<市场调研与预测>>

### 内容概要

市场营销工作从调查研究开始，正确的市场决策有赖于准确的市场调研和科学的市场预测。这本由徐井岗主编的《市场调研与预测》从界定调研课题到制定调研方案，从确定调研样本到实施调研到写出调研报告，从定性分析预测到定量分析预测到最后写出市场预测报告，进行了市场调研和预测全程的阐述与介绍。

本书重点不在阐述理论，而是实务运作，主要说明市场调查研究的一般原理、操作程序、抽样技术、调查方法、统计整理、定性分析、定量分析，以及市场预测的一般原理、时间序列分析预测方法、相关回归分析预测方法。同时对调研报告、预测报告的制作也作了具体的介绍。全书注重实用性，可操作的指导性。

本书主要适合管理与营销类本专科生使用，也可作为企业培训管理和营销人员的教材，作为管理与营销人员的市场调研与预测工作的指导用书。

## <<市场调研与预测>>

### 书籍目录

#### 第1章 市场调研与预测概述

- 1.1 市场调研与预测的涵义与特点
    - 1.1.1 市场调研与预测的涵义
    - 1.1.2 市场调研与预测的特点
  - 1.2 市场调研与预测的类型和程序
    - 1.2.1 市场调研与预测的类型
    - 1.2.2 市场调研与预测的程序
  - 1.3 市场调研与预测的内容及作用
    - 1.3.1 市场调研与预测的内容
    - 1.3.2 市场调研与预测的作用
- 习题

#### 第2章 市场调研与预测基础

- 2.1 市场调研与预测的基本原理
    - 2.1.1 市场调研与预测作用于营销的原理
    - 2.1.2 市场调研与预测促进企业成长的原理
  - 2.2 市场调研与预测的基础工作
    - 2.2.1 界定调研与预测的问题
    - 2.2.2 市场调研方案的设计
  - 2.3 市场调研人员的管理
    - 2.3.1 市场调研人员的条件和责任
    - 2.3.2 市场调查人员的监控管理
- 习题

#### 第3章 市场调研的抽样技术

- 3.1 抽样技术的概述及基本概念
    - 3.1.1 总体抽样框
    - 3.1.2 样本容量的大小
    - 3.1.3 代表性误差及其测定
  - 3.2 概率抽样技术
    - 3.2.1 单纯概率抽样
    - 3.2.2 等距离抽样技术
  - 3.3 分层抽样技术
    - 3.3.1 分层抽样技术概述
    - 3.3.2 分层比率抽样法
    - 3.3.3 分层最佳抽样法
  - 3.4 整群抽样技术
    - 3.4.1 整群抽样技术概述
    - 3.4.2 整群抽样的原理和操作过程
  - 3.5 非概率抽样技术
    - 3.5.1 非概率抽样概述
    - 3.5.2 非概率抽样方法
- 习题

#### 第4章 文案调研与问卷调研法

## <<市场调研与预测>>

### 4.1 文案调研法

- 4.1.1 文案调研法的涵义与作用
  - 4.1.2 文案调研法的步骤与文献收集原则
  - 4.1.3 文献资料查找的一般方法
  - 4.1.4 文案调研法的评价
  - 4.2 问卷调研法
  - 4.2.1 问卷调研法概述
  - 4.2.2 问卷的一般结构
  - 4.2.3 问卷类型及问题设计要求
- 习题

## 第5章 实地访问调查研究法

- 5.1 面谈访问调研法
  - 5.1.1 面访调研法概述
  - 5.1.2 面谈访问的访问技巧
  - 5.2 媒介访问调研法
  - 5.2.1 电话访问调研法
  - 5.2.2 新闻媒介调研法
  - 5.2.3 网络调研方法
  - 5.3 书面访问调研法
  - 5.3.1 邮寄调查
  - 5.3.2 发表调查
  - 5.3.3 留置调查研究法
  - 5.3.4 日记调查研究法
- 习题

## 第6章 观察调研与实验调研法

- 6.1 观察调研法
  - 6.1.1 观察调研法概述
  - 6.1.2 观察调研法的方式及应用
  - 6.2 实验调研法
  - 6.2.1 实验调研法概述
  - 6.2.2 实验调研法的设计
- 习题

## 第7章 调查资料的统计分析

- 7.1 调查资料的整理统计
  - 7.1.1 调查资料的整合
  - 7.1.2 调查资料的整理
  - 7.2 调查资料审核与信效度分析
  - 7.2.1 调查资料的审核
  - 7.2.2 调查资料的信度效度分析
  - 7.3 描述性统计分析
  - 7.3.1 统计图制作与统计图描述分析
  - 7.3.2 数据的分布分析与相对分析
  - 7.3.3 数据的集中量数分析与离中量数分析
- 习题

## <<市场调研与预测>>

### 第8章 市场调研报告的写作

- 8.1 市场调研报告写作的基础
    - 8.1.1 市场调研报告概念和特点
    - 8.1.2 市场调研报告材料分析
    - 8.1.3 市场调研报告的写作程序
  - 8.2 市场调研报告写作借鉴与示例
    - 8.2.1 市场调研报告写作借鉴
    - 8.2.2 市场调研报告写作示例
  - 8.3 市场调研报告的结构与行文
    - 8.3.1 市场调研报告结构的内容
    - 8.3.2 市场调研报告行文与要求
  - 8.4 市场调研报告语言的表达
    - 8.4.1 市场调研报告的语言要得体
    - 8.4.2 市场调研报告语言表达技法
- 习题

### 第9章 定性分析预测方法

- 9.1 定性预测概述与图形预测法
    - 9.1.1 定性分析预测概述
    - 9.1.2 SwOT分析法
    - 9.1.3 波士顿矩阵分析法
  - 9.2 专家意见市场预测法
    - 9.2.1 专家评估法
    - 9.2.2 列举预测法
  - 9.3 判断市场预测法
    - 9.3.1 主观概率法
    - 9.3.2 思维判断法
    - 9.3.3 指标判断法
  - 9.4 理论分析市场预测法
    - 9.4.1 分析和综合
    - 9.4.2 归纳和演绎
    - 9.4.3 抽象和具体
- 习题

### 第10章 时间序列分析预测方法

- 10.1 定量预测法概述与时间预测法概述
  - 10.1.1 定量预测方法概述
  - 10.1.2 时间序列预测法概述
- 10.2 移动平均预测法
  - 10.2.1 算术平均数法
  - 10.2.2 简单移动平均数法
  - 10.2.3 加权移动平均预测
- 10.3 指数平滑预测法
  - 10.3.1 简单指数平滑
  - 10.3.2 布朗线性指数平滑
  - 10.3.3 三次指数平滑

## <<市场调研与预测>>

### 10.4 马尔可夫预测法与季节分析预测法

#### 10.4.1 马尔可夫预测法

#### 10.4.2 季节分析预测法

#### 习题

### 第11章 相关回归分析市场预测法

#### 11.1 相关回归分析概述及一元相关回归分析

##### 11.1.1 相关回归分析市场预测法的基本原理

##### 11.1.2 一元线性相关回归分析市场预测法

#### 11.2 多元线性相关回归分析市场预测法

##### 11.2.1 多元线性相关回归模型

##### 11.2.2 二元线性相关回归模型

##### 11.2.3 三元线性相关回归模型

#### 11.3 非线性回归分析与自相关回归分析

##### 11.3.1 非线性回归分析市场预测法

##### 11.3.2 自相关回归分析市场预测法

#### 习题

### 第12章 市场预测报告的写作

#### 12.1 市场预测报告写作的基础

##### 12.1.1 市场预测报告的概念与特点

##### 12.1.2 市场预测报告的类型和作用

#### 12.2 预测报告的行文与举例

##### 12.2.1 市场预测报告的行文

##### 12.2.2 市场预测报告写作示例

#### 12.3 市场调研报告和市场预测报告

##### 12.3.1 市场调研报告与市场预测报告的区别

##### 12.3.2 市场调研与市场预测合一的报告书

#### 习题

### 附录

#### 主要参考文献

<<市场调研与预测>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>