

<<市场调研与分析>>

图书基本信息

书名：<<市场调研与分析>>

13位ISBN编号：9787213035487

10位ISBN编号：7213035487

出版时间：2007-10

出版时间：浙江人民

作者：沈渊//董永茂

页数：324

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>

<<市场调研与分析>>

内容概要

本书主要包括市场调研的含义、市场调研立项与流程、市场调研方案设计、调研数据来源概述、二手资料的获取与利用、定性调查、定量调查、现场数据收集误差与质量控制、消费者购买行为调查技术、产品与价格调查技术、广告调查技术、数据资料整理与数据分析、市场特征与市场因素分析、市场调研结果的表述等内容。

本书在系统阐述市场调研理论的同时，针对该学科知识应用性特征，注重SPSS统计分析软件在调研数据分析中的应用，注重市场调研技术等可操作性知识和应用实例的介绍。

本书可作为高等院校工商管理类专业及相关专业的教材或教学参考用书，也可供市场调研工作者参考阅读。

<<市场调研与分析>>

书籍目录

前言第一章 市场的含义 第一节 市场调研的产生和发展 第二节 市场调研的概念 第三节 市场调研的内容和范围 第四节 市场调研的基本原则第二章 市场调研立项与流程 第一节 市场调研的立项 第二节 市场调研的一般流程 案例 “新安”牌基因玉米种植技术调研流程第三章 市场调研方案设计 第一节 市场调研方案的类型 第二节 市场调研方案的主要内容 第三节 市场调研方案可行性评价第四章 二手资料的获取与利用 第一节 市场信息来源概述 第二节 数据质量与评估方法 第三节 二手资料的获取与利用第五章 定性调查 第一节 观察调研法 第二节 小组访谈法 第三节 深度访谈法 第四节 投身技术法 第五节 方案调查法 案例 大生手机消费观念的焦点访谈指南第六章 定量调查 第一节 定量调查概述 第二节 问卷设计技术 第三节 态度测量技术 第四节 实验设计 第五节 固定样本连续调查 第六节 抽样技术 案例 Acura牌汽车销售服务调查问卷第七章 消费者购买行为调查技术 第一节 消费者购买行为的构成 第二节 消费者购买行为调查的内容.....第八章 产品与价格调查技术第九章 广告调查技术第十章 现场数据收集误差与质量控制第十一章 灵气资料的整理与数据分析第十二章 市场特征与市场因素分析第十三章 市场调研结果的表述主要参考文献

<<市场调研与分析>>

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>