

<<市场调查与市场分析>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与市场分析>>

13位ISBN编号：9787300129099

10位ISBN编号：7300129099

出版时间：2010-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李国强，苗杰 主编

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>

## <<市场调查与市场分析>>

### 内容概要

对于现代管理者来说，熟悉并掌握市场分析的方法和技能是非常重要的。它有助于企业更好地满足顾客的需要，也有利于企业在激烈的市场竞争中获得稳定和长期的发展。本书较全面地介绍了国内外市场分析的基本理论、操作方法和各种分析技术，包括明确调查问题、设计调查方案、选择调查方法、处理调查数据、整理调查资料、进行市场分析、开展营销策划、应用SPSS软件等。希望读者通过系统的学习，能够在实际工作中独立地计划、组织和实施市场调查，帮助企业解决某一具体的营销问题。

## <<市场调查与市场分析>>

### 作者简介

李国强，中国人民大学副教授，工商管理与营销教研室主任，兼任全国商务管理教学研究会理事、多家上市公司的营销和投资顾问；主讲市场分析、营销管理、投资学、连锁经营等课程；主编《现代广告学》《营销调研与策划》《现代推销理论与实践》《证券投资分析》《证券投资实务》等多部专著与教材。

## <<市场调查与市场分析>>

### 书籍目录

第一章 市场调查概述 第一节 市场调查与市场营销 第二节 市场调查的特点和作用 第三节 市场调查的主要内容 第四节 市场调查的发展与问题第二章 市场调查方案设计 第一节 调查方案的重要性 第二节 调查方案的类型与选择 第三节 调查方案的内容 第四节 消费者调查方案第三章 市场调查的主要方法 第一节 访问法 第二节 观察法 第三节 实验法 第四节 德尔菲法第四章 市场调查问卷 第一节 问卷的作用、类型与结构 第二节 问卷设计的程序 第三节 问卷设计技术 第四节 问卷中的量表 第五节 问卷设计应注意的问题第五章 抽样量技术第六章 文案调查法第七章 调查数据处理第八章 调查资料分析第九章 预测分析第十章 消费者市场分析第十一章 竞争者分析第十二章 品牌分析第十三章 营销战略与战术分析第十四章 营销战方法分析第十五章 市场营销策划第十六章 计算机在市场调查与分析中的应用参考书目

## &lt;&lt;市场调查与市场分析&gt;&gt;

## 章节摘录

一、调查数据处理的必要性 调查数据处理的必要性主要体现在以下几个方面。

(一)是市场调查中不可缺少的组成部分 在调查过程中,通过各种方法和途径收集上来的各种信息资料,尤其是第一手资料,大都处于杂乱无章的状态;对于第二手资料,也会由于调查目的、分析方法等方面的不同而很难直接运用,因此数据资料必须经过科学的加工处理,从而形成完整的、系统的、有针对性和适用的调查资料,为下一步的深入分析研究奠定基础。

(二)可以产生新的资料信息 在对原始资料数据的处理过程中,通过调研人员的智力劳动和创造性思维,对调查上来的资料数据进行整理处理,可以使之产生交合作用,从而有可能产生一些新的信息资料。

(三)可以提高市场调研原始资料的价值 市场调研资料数据的处理过程是一个去粗取精、去伪存真、由表及里的过程,它能大大提高信息的浓缩度、清晰度和准确性,大大提高调研资料的利用价值。

(四)可以发现前期调查过程中的不足和失误 在前边的调查过程中,由于调查设计的不全面、调查过程的不精确等问题,会出现诸如调查员进行虚假采访、收集到错误或残缺的信息等现象。在对原始资料数据的处理过程中,就可以发现这些失误,及时纠正,为下一步的深入研究提供可靠、适用的分析资料。

一、数据处理应该遵循的原则 调查数据处理是一项比较费时、费力的工作,但它对调查资料的最终质量和统计分析的效果却有很重要的意义。

因此,对数据处理工作进行周密的计划,对调查资料的质量进行严格的监控,就显得十分重要。

在实际应用过程中,调查资料的处理工作必须遵循以下几个原则。

(一)适用性原则 这就是要求调查资料的处理要根据市场调查的目的、任务来进行。

当今企业所处的社会是信息爆炸的社会,从企业外部环境收集到的信息数量巨大,类型各异。

资料的处理就是要把与调查主题密切相关的资料筛选出来,并将其整理,转换成适用于下一步研究的资料。

同时,要达到资料适用性的目的,采用适当的数据处理的方法,也是一个不可忽视的重要因素。

实践中,数据处理的方法和工具很多,每种方法都有各自的针对性和局限性,我们只有真正了解了它们,才能根据各种市场调查的各自目的、所需要资料的不同特点,采用最为适合的处理方法和工具,从而保证资料的品质,使市场调查的结果真正起到指导企业发展的目的。

(二)时效性原则 随着信息时代的到来,知识更新速度加快,市场活动的节奏也越来越快,信息适用的时间在缩短,这就要求数据处理人员必须考虑信息资料的时效性,在最短的时间内完成调查资料的处理工作,同时摒弃过时的、与目前市场情况不相符的信息资料,确保资料的结果准确反映调查对象的变化规律。

(三)精确性原则 如上所述,在市场调查的前期阶段,由于抽样方法的误差、调查采访过程中的人为错误等原因,调查收集上来的资料会出现这样或者那样的疏漏和错误。

数据处理的精确性,就是要求在工作过程中,调查人员要运用科学的处理方法和工具,对这些原始资料进行严格的审查和处理,及时发现其中的问题,并及时解决。

精确性是数据处理工作的生命,也是整个市场调查获得成功的决定性因素。

企业的管理人员需要通过市场调查来了解市场情况、预测环境变化、进行企业决策,只有当所依据的调查结果是可笑的、准确的,才可能正确认识企业目前所面临的形势和未来发展的方向,进行正确的决策。

因此,数据处理的正确性甚至对企业的生存发展都会产生重要的影响和作用。

(四)系统性原则 客观世界的各个部分都存在着相互联系、相互作用的关系,世界是以系统的形式存在的。

任何客观事物都可以看成一个系统,系统内部以及各系统之间都存在着相互联系、相互制约的关系。

数据处理的系统性就是指在数据处理过程中,要强调分析资料之间的联系,形成系统化的资料,从而全面客观地反映调查对象的特征和变化。

<<市场调查与市场分析>>

.....

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>