

<<市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787301128879

10位ISBN编号：7301128878

出版时间：2007-12

出版时间：北京大学出版社

作者：庄贵军

页数：447

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>

<<市场调查与预测>>

内容概要

本书采用中国本土的案例和现象讲解市场调查与预测的基本理论和方法，用严密的逻辑体系，形象的图表说明，深入浅出的语言风格，较强的可操作性，真实的调查数据和案例，增强其科学性和可读性。

本书适合于大学本科学生、市场营销专业方向的研究生作为教材使用，也适合于从事营销理论研究的人士作为方法论的入门书使用。

<<市场调查与预测>>

作者简介

庄贵军，男，山东省胶南市人。

1984年获经济学学士学位，1989年获市场营销方向硕士学位，2001年获香港城市大学营销学博士学位

。

现为西安交通大学管理学院市场营销学教授。

论文发表在European Journal of Marketing Journal of Marketing Channels, Journal of Internati

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 市场调查与预测概述 第一节 管理与决策 第二节 信息及其功能 第三节 市场调查与预测的地位与作用 第四节 市场调查与预测机构和就业机会 第五节 本书的内容结构第二章 市场调查与预测的类型与方案策划 第一节 市场调查与预测的内容 第二节 市场调查与预测的类型 第三节 调查结果中可能出现的误差及其处理 第四节 市场调查与预测的程序 第五节 市场调查与预测的方案策划第三章 市场调查方法 第一节 二手数据的收集方法 第二节 询问调查法 第三节 实验调查法 第四节 观察调查法第四章 问卷与测量方法 第一节 测量与测量工具 第二节 问卷与问卷设计 第三节 态度量表 第四节 深度询问和投影法第五章 抽样方法与设计 第一节 普查与抽样调查 第二节 抽样程序 第三节 常用的抽样方法 第四节 样本容量的确定第六章 调查实施与数据整理 第一节 调查实施 第二节 数据整理 第三节 应用SPSS软件输入、调用和存储数据第七章 数据分析 第一节 数据分析技巧概述 第二节 单变量数据分析 第三节 双变量数据分析 第四节 多变量数据分析第八章 市场预测方法 第一节 市场预测概述 第二节 定性预测法 第三节 时间序列预测法 第四节 因果关系分析预测法第九章 报告的编写与陈述 第一节 报告的内容构成 第二节 编写报告应注意的问题 第三节 报告中常用的几种统计图 第四节 报告的陈述和演示附录 附录A 二位随机数字表 附录B 单尾的正态分布表 附录C 单尾的 F 分布表 附录D X^2 分布表后记

<<市场调查与预测>>

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>