

<<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：9787302280644

10位ISBN编号：7302280649

出版时间：2012-4

出版时间：清华大学出版社

作者：李灿 编

页数：423

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

市场调查和预测是研究运用科学的理论与方法对市场环境、市场需求以及营销活动等进行调查、分析和预测,属于市场信息工作,是一门综合性的应用学科,服务于企业市场营销策划和管理决策。目前,许多高校的经济类、管理类、统计类相关专业已将市场调查和预测作为专业必修课之一。

全书以市场调查过程为主线,系统、深入浅出地阐述了市场调查和预测的基本概念、基本原理,着重介绍了市场调查和预测的基本方法与技巧以及国内外最新的市场调查和预测技术。主要内容包括:市场调查概述、调查方案的设计、各类市场调查方法、问卷设计、抽样设计、市场调查的实施、调查资料的处理与分析、市场预测方法和调查报告的撰写。本书依据应用型本科人才培养目标、知识结构和能力要求而编写,在选择教材内容及确定知识体系、编写案例时,注重素质教育和创新能力、实际能力的综合要求,为培养精通市场调查与预测理论与实践操作的复合型应用人才提供知识条件。本书体系完整,结构严谨,写作行文简明、流畅。

《市场调查与预测》可作为高等院校经济类、管理类、统计类相关专业本科层次“市场调查与预测”或者“市场营销调研”课程的教学用书,同时也可作为研究生教学参考用书和各类企业的管理人员或调研公司从业人士在职培训教材。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 导论

第一节 市场营销与市场调查、预测

第二节 市场调查概述

第三节 市场预测概述

第四节 国内外市场调查状况

思考题

案例分析讨论

第二章 市场调查方案的设计

第一节 市场调查方案的概念和重要性

第二节 市场调查方案设计的主要内容

第三节 市场调查方案的可行性研究与评价

思考题

案例分析讨论

第三章 市场调查方法(上)

第一节 文案调查法

第二节 小组座谈法

第三节 深层访谈法

第四节 德尔菲法

第五节 投影技法

思考题

案例分析讨论

第四章 市场调查方法(下)

第一节 访问法

第二节 观察法

第三节 实验法

第四节 网络调查法

思考题

案例分析讨论

第五章 问卷设计

第一节 问卷的一般问题

第二节 问卷的常用量表

第三节 问卷的设计

第四节 问卷的评价

思考题

案例分析讨论

第六章 抽样设计

第一节 抽样调查概述

第二节 随机抽样技术

第三节 非随机抽样技术

第四节 必要样本容量的确定

思考题

案例分析讨论

第七章 市场调查的实施

第一节 市场调查实施队伍的组织

第二节 市场调查实施队伍的培训

<<市场调查与预测>>

第三节 市场调查实施的监督管理

思考题

案例分析讨论

第八章 调查资料的处理与基础分析

第一节 调查资料的处理

第二节 描述性统计分析

第三节 交叉列表分析

第四节 调查问卷中的多项选择题的处理分析

思考题

案例分析讨论

第九章 调查数据高级分析方法

第一节 假设检验

第二节 二元变量相关和回归分析

第三节 多变量数据分析

第四节 spss在数据分析中的基本应用

思考题

案例分析讨论

第十章 市场预测方法：定性预测

第一节 定性预测概述

第二节 头脑风暴法

第三节 德尔菲法

第四节 主观概率法

第五节 其他定性预测法

思考题

案例分析讨论

第十一章 市场预测方法：定量预测

第一节 时间序列预测法

第二节 趋势曲线模型预测法

第三节 季节 变动预测法

第四节 回归分析预测法

思考题

案例分析讨论

第十二章 市场调查报告

第一节 市场调查报告的作用与种类

第二节 市场调查报告的基本结构

第三节 市场调查报告的准备

第四节 市场调查成果的口头报告

思考题

案例分析讨论

参考文献

<<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>