第一图书网, tushu007.com

<<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：9787312025327

10位ISBN编号：7312025323

出版时间：2009-9

出版时间：中国科学技术大学出版社

作者：吴杨 编

页数：355

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

前言

随着经济的全球化和一体化，企业面临更加激烈的竞争，企业的生存和发展将在很大程度上取决于能否及时、准确地了解和把握自己所面对的目标市场。
企业经营管理者作为市场经营主体，既要认真审视企业内部的重大问题，又要慎重处理来自企业外部的竞争和挑战。
企业经营管理者需要注意研究市场运行的规律，把握和预测市场的未来，为企业在激烈的市场竞争中求得生存、发展的机会。
为此，我们根据长期教学和实践过程中的经验体会，编写了本书。
本书可以作为本科院校学生教材及企事业单位相关人员的学习读本，本书被评为安徽省高等学校“十一五”省级规划教材。
本书根据安徽省教育厅统编教材及“市场调查与预测”教学大纲的要求，注重从市场凋查和市场预测两大方面进行理论研究和实践探索。
在市场调查部分，从分析市场调查的历史背景和现代市场运行的特征开始，全面阐释了市场调查的方式、方法和具体技术；在市场预测部分，依据现代市场运行基本规律，从市场预测的基本原理m发，介绍了市场预测的各种理论和具体模型。
市场调查与市场预测之间的相互依赖性和关联性，贯穿于整个教材的写作思路之中，使两大部分得以自然衔接。
理论与实践并重的原则，在全书中也得到了很好的贯彻。
本书是长期从事市场研究与实践的教师集体智慧的结晶，集中体现了系统性、实务性、前瞻性等特点。
系统性：构思清晰，完整合理，衔接性较好，每章开头安排了“学习目标”，使读者了解学习的重点和难点，每章结尾安排了“本章小结”、“思考与练习”，促进读者对理论知识进行系统地总结、消化、吸收；实务性：在章后安排了大量的“实训”和“案例分析”，以提高读者对知识的灵活应用能力；前瞻性：书中插入了“知识拓展”、“知识点拨”等栏目，介绍了该学科理论前沿的发展变化，以开阔读者的眼界。

内容概要

本书根据安徽省教育厅统编教材及“ 市场调查与预测 ”教学大纲的要求，注重从市场调查和市场预测两大方面进行理论研究和实践探索。
在市场调查部分，从分析市场渊查的历史背景和现代市场运行的特征开始，全面阐释了市场调查的方式、方法和具体技术；在市场预测部分，依据现代市场运行基本规律，从市场预测的基本原理出发，介绍了市场预测的各种理论和具体模型。
市场调查与市场预测之间的相互依赖性和关联性，贯穿于整个教材的写作思路之中，使两大部分得以自然衔接。
理论与实践并重的原则，在全书中也得到了很好的贯彻。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

前言第一章 市场调查概述 第一节 市场与市场调查 第二节 市场调查的产生和发展 第三节 市场调查的原则及步骤 第四节 市场调查机构与人员第二章 市场调查内容 第一节 市场基本环境调查 第二节 市场需求调查 第三节 市场供给调查 第四节 市场营销活动调查第三章 市场调查方案设计 第一节 市场调查方案设计概述 第二节 市场调查方案设计的主要内容 第三节 调查方案的可行性研究与评价第四章 市场调查方法 第一节 文案调查法 第二节 询问调查法 第三节 观察调查法 第四节 实验调查法 第五节 网络调查法第五章 市场调查问卷设计 第一节 问卷设计的概念和格式 第二节 问卷设计的原则与程序 第三节 市场调查问卷设计技术第六章 测量设计 第一节 测量的概念与构成要素 第二节 测量层次 第三节 量表设计 第四节 测量的信度和效度第七章 调查资料分析 第一节 市场调查资料的整理 第二节 市场调查资料的分析 第三节 市场调查报告的撰写第八章 市场预测概述 第一节 市场预测的基本原理与要求 第二节 市场预测的步骤 第三节 市场预测基本内容 第四节 市场预测方法及选择 第五节 市场预测精确度的测定第九章 定性预测方法 第一节 预警分析法 第二节 主观概率预测法 第三节 类推预测法 第四节 专家预测法第十章 时间序列预测法 第一节 时间序列预测法概述 第二节 移动平均法 第三节 指数平滑法 第四节 趋势外推预测法 第五节 季节指数预测法第十一章 回归分析预测法 第一节 回归分析预测法概述 第二节 一元线性回归分析预测法 第三节 多元线性回归分析预测法 第四节 非线性回归预测法第十二章 市场调查与预测的深化：决策 第一节 决策概述 第二节 单目标风险型决策 第三节 单目标非确定型决策 第四节 多目标决策 第五节 决策风险分析附录一 EViews在市场预测分析中的应用 第一节 EViews概述 第二节 EViews工作文件 第三节 EViews在市场预测分析中的应用附录二 相关表格参考文献

章节摘录

第一章　市场调查概述　　学习目标　　（1）了解有关市场、市场调查的基本知识，了解市场调查的历史和现状。
（2）掌握市场调查的原则、步骤，市场调查机构和调查人员的相关知识。
（3）理解并能解释说明市场的概念、特点，认识不同类型的市场及其功能，了解市场调查机构的主要类型。
（4）掌握借助市场调查机构进行调查的能力，明确市场调查人员应有的素质及能力。
第一节　市场与市场调查　　一、市场基本知识　　（一）市场含义　　市场经济条件下，企业的生产和经营必须重视市场的需求，企业家都是按照自己对市场的理解来组织经营活动的。
随着商品经济的发展，市场这个概念的内涵也不断充实和发展。
目前对市场较为普遍的理解主要有以下几点：　　1．市场是商品交换的场所　　商品交换活动一般都要在一定的空间范围内进行，市场首先表现为买卖双方聚在一起进行商品交换的地点或场所。
这是人们对市场最初的认识，虽不全面但仍有现实意义。

第一图书网, tushu007.com

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