第一图书网, tushu007.com

<<市场分析>>

图书基本信息

书名：<<市场分析>>

13位ISBN编号：9787514101348

10位ISBN编号：7514101349

出版时间：2010-12

出版时间：经济科学出版社

作者：杜吉泽　等主编

页数：532

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

内容概要

本书系统介绍了市场分析的基本内容，包括市场基本理论、市场调查、市场预测、产品分析、销售管理分析、消费者购买行为分析、宏观环境因素分析、不同类型市场的分析。
本书主要有以下几个方面的特点：一是内容全面，尽可能全面地介绍市场分析所涉及的内容；二是分析方法具有更强的可操作性，即在介绍有关分析方法的同时，在每一章都结合本章的理论方法设计了案例分析，使读者更容易理解；三是新颖性，在编写本书的过程中，编者吸收了?多市场分析的最新成果；四是突出定量分析方法的应用，注意定量方法在市场分析中的作用；五是加强了与其他学科理论的交叉联系。
本书可作为高等学校经济管理类专业的专业课教材，也可供社会读者阅读。

<<市场分析>>

书籍目录

第一篇　总论　第一章　市场分析导论　　第一节　市场分析的研究对象和内容　　第二节　市场分析的研究方法　　第三节　市场分析与相关学科的关系　　第四节　市场分析在企业经营决策中的作用　　[案例分析]施乐——昔日巨人如何被佳能打败　　[复习思考题]　?第二章　市场概述　　第一节　市场与市场类型　　第二节　市场细分　　第三节　目标市场选择　　[案例分析]细分市场类型，推动双汇发展　　[复习思考题]　第二篇　市场分析基础理论篇　第三章市场调查　第一节　市场调查概述　　第二节　市场调查策划　　第三节　市场调查方法　　第四节　市场调查问卷的设计　　第五节　数据资料的整理与分析　　第六节　市场调查报告的撰写　　[案例分析]市场调查的成与败——润妍洗发水　　[复习思考题]　　第四章　市场预测　　第一节　市场预测概述　　第二节　定性预测法　　第三节　定量预测法　　[案例分析]非常规的预测：多来诺比萨饼和五角大楼　　[复习思考题]　第三篇　市场分析技术篇　第五章　产品分析　　第一节　产品分析的基本指标　　第二节　市场占有率分析　　第三节　产品用户分析　　第四节　产品价格分析　　第五节　产品广告分析　　第六节　新产品开发可行性分析　　第七节　产品定位分析　　第八节　产品生命?期分析　　[案例分析]皇朝衰落——摩托罗拉沉沦历程之产品分析　　[复习思考题]　　第六章　销售管理分析　　第一节　销售人员业绩分析　　……第四篇　市场宏观分析篇参考文献第1版后记第2版后记

章节摘录

版权页：插图：从上述市场分析发展的简要历程可以看出，市场分析的概念有广义和狭义之分。
狭义的市场分析就是市场调查研究。
它是以科学方法收集消费者的购买和使用商品的事实、意见、动机等相关材料，并予以研究分析的手段。
而广义的市场分析就是对商品或劳务、从生产者到消费者或用户这一过程中全部商业活动的资料、情报和数据，作系统的收集、记录、整理和分析，以了解商品的现实市场和潜在市场的过程。
因此，广义的市场分析不仅是单纯研究购买者或用户的心理和行为，而且还对各种类型的市场营销活动的所有阶段加以研究。
本书所讲的市场分析指的是广义市场分析。
市场分析的研究对象是整个市场，这个对象可以从纵横两个角度去考察。
从纵向角度看，市场分析要研究从生产者到消费者的所有商业活动，揭示生产者和消费者各自在从事市场活动中的行为和遵循的规律。
无论是生产者还是消费者，在其从事市场活动中都必须既要了解自己，又要认识对方。
生产与消费是一对矛盾，它们在整个市场活动中达到对立的统一。
生产者和消费者只有按照其固有的规律行事，才能成为把生产和消费有机统一起来的桥梁。
从横向角度看，在现代市场经济体制中，市场活动是一个全方位的活动。
一方面，不同的国家和地区由于受其政治、文化等方面的影响，它们的市场活动是有差异的，因此，市场分析必须揭示这些市场活动的特点和规律。
另一方面，即便是同一市场活动的主体，由于各种不同市场的交互作用，它们活动的内容是极为广泛的，也就是说，市场的类型有多种多样，各种不同类型的市场的特点和运行规律，就成了市场分析的又一重点的研究对象。
总之，市场分析的研究对象是极为广泛和复杂的，广泛性和复杂性是市场分析研究对象的重要特点。

编辑推荐

《市场分析(第2版)》：面向21世纪教材立项课题。

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