

## <<市场调查与分析>>

### 图书基本信息

书名：<<市场调查与分析>>

13位ISBN编号：9787542920485

10位ISBN编号：7542920480

出版时间：2008-8

出版时间：立信会计出版社

作者：高金章 主编

页数：285

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>

## <<市场调查与分析>>

### 前言

为了适应不同的经营管理需要和不同的教学需求，各种类型的经济管理理论著作和系列教材，如雨后春笋般出现。

大学教材的主要职能是传播知识，在知识经济时代，经济管理类教材内容的不断更新是形势发展的必然。

亚里士多德曾经将人类的知识分为三大类：纯粹理性、实践理性和技艺。

可以说经济管理是将这三类知识完美融合为一体的学科体系。

曾几何时，管理学在我国还是一个无足轻重的学科，在20世纪80年代以前，我国的许多大学教学体系中，管理学与经济学是不加区分的，相关的大学毕业生所得到的学位几乎都是经济学学位。

90年代之后，管理学从经济学中分离出来，与其他学科结合又形成了一个庞大的管理学科体系。

管理学，尤其是企业经营管理学与经济学是紧密相连的学科，你中有我，我中有你。

因此，一些大学又纷纷将前期分设的经济学院和管理学院重新合并成为经济管理学院，这在一定程度上说明"经济管理"作为一个大类，在教学体系上的存在是十分必要的。

为了避免在教材体系上的重复建设，我们组织20多所大学的专家教授共同努力，编写了这套"高等院校经济管理类十一五，规划教材"。

这是十分必要的，也是十分及时的。

## <<市场调查与分析>>

### 内容概要

本书在借鉴国内外先进的市场调查理论、方法和技术的基础上，兼顾我国国情及企业实际，融入了编者多年来市场调查实践所积累的经验与体会，注重理论联系实际。

全书共分为十章，内容包括：市场调查导论、市场调查方案设计、市场调查方法、市场调查问卷设计、抽样设计、市场调查的组织与实施、调查资料的整理、调查数据的基本统计分析、实用多元统计分析以及市场调查结果报告。

本书不仅适用于财经院校和普通高等院校的本、专科教学使用，也可作为在职人员培训以及自学的教材或参考书籍。

## &lt;&lt;市场调查与分析&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场调查导论 第一节 市场调查的意义和作用 第二节 市场调查的类型 第三节 市场调查的内容  
第四节 市场调查的原则、过程和步骤 本章小结 复习思考题第2章 市场调查方案设计 第一节 市场调查  
方案设计意义 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  
本章小结 复习思考题第3章 市场调查方法 第一节 文案调查法 第二节 观察调查法 第三节 电话调查  
法 第四节 面谈调查法 第五节 邮寄调查法 第六节 定性调查法 本章小结 复习思考题第4章 调查问卷  
设计 第一节 调查问卷的作用与结构 第二节 调查问卷设计的原则及程序 第三节 调查问卷设计的技  
巧 第四节 调查问卷中的常用量表 本章小结 复习思考题第5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 抽样误差与样本量 第五节 有关抽样设计在市场调  
查应用中的几个问题 本章小结 复习思考题第6章 市场调查的组织实施 第一节 市场调查组织与人员  
培训 第二节 市场调查现场质量控制 本章小结 复习思考题第7章 调查资料的整理 第一节 调查资料的  
接收与审查 第二节 调查资料的编码与录入 本章小结 复习思考题第8章 调查数据的基本统计分析 第  
一节 调查数据基本统计分析概述 第二节 调查数据的描述性分析 第三节 常用统计图表 本章小结 复  
习思考题第9章 实用多元统计分析 第一节 多元线性回归分析 第二节 主成分分析 第三节 因子分析  
第四节 聚类分析 本章小结 复习思考题第10章 市场调查结果报告 第一节 市场调查报告的基本格式与  
内容 第二节 市场调查报告的撰写 第三节 市场调查结果的口头报告 第四节 市场调查报告的评价、  
反馈和完善 本章小结 复习思考题

<<市场调查与分析>>

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>