

<<营销调研实训教程>>

图书基本信息

书名：<<营销调研实训教程>>

13位ISBN编号：9787560938080

10位ISBN编号：7560938086

出版时间：2006-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：叶叔昌、邱红彬

页数：197

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>

<<营销调研实训教程>>

内容概要

本教程是为市场营销及其他相关专业编写的、与市场营销调研课程配套的实训教材。

全书分为10章，将营销调研实训内容分为调研目的和调查对象的确定、调查方案和调查问卷设计、调查方法、调查资料整理分析、市场预测、专题调研、营销调研报告撰写和营销调研综合实训等部分。每章都列出了相关实训的实训要点、实训重点和实训难点；每节首先介绍实训所涉及的主要知识，然后指明实训目标，接着给出实训范例，最后规定实训内容。

实训范例和实训内容都是从实践中精心提炼出来的，具有典型性和代表性。

本教程以培养学生的实践技能、帮助学生理解和掌握理论知识为基本目标，兼顾锻炼学生的组织能力和培养学生的职业素养，可作为高职高专和应用型本科院校市场营销及其他相关专业进行营销调研实训用书。

<<营销调研实训教程>>

书籍目录

第一章 营销调研实训概述 第一节 营销调研实训的意义 第二节 营销调研实训的组织第二章 调研目的和调查对象确定 第一节 调研目的和调查对象描述 第二节 调查样本的选取第三章 调查方案和调查问卷设计 第一节 调查方案设计 第二节 调查问卷设计第四章 调查方法(上) 第一节 直接访问法 第二节 堵截访问法 第三节 电话访问法 第四节 邮寄访问法第五章 调查方法(下) 第一节 文案调查法 第二节 观察法 第三节 实验调查法第六章 调查资料整理分析 第一节 调查资料整理 第二节 调查资料编码 第三节 调查资料分析第七章 市场预测 第一节 定性预测 第二节 定量预测第八章 专题调研 第一节 商品供求调研 第二节 商业布局调研 第三节 商品价格调研 第四节 市场竞争调研 第五节 广告调研第九章 营销调研报告的撰写 第一节 综合调研报告的撰写 第二节 专题调研报告的撰写第十章 营销调研综合实训 第一节 营销调研综合实训的计划与组织 第二节 营销调研综合实训的实施附录一 调研人员工作要求附录二 调研人员一览表附录三 问卷发放和回收记录表附录四 巡查记录表附录五 问卷审核结果记录表参考文献

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>