

<<现代市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<现代市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787563809653

10位ISBN编号：7563809651

出版时间：2005-1

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：马连福

页数：332

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>

<<现代市场调查与预测>>

内容概要

《现代市场调查与预测(修订第3版)》的内容主要包括市场调查的充要性、市场调查的基本内涵、市场调查策划、调查方法、调查方式、调查表的设计、调查资料的整理与分析,市场预测基本原理和方法,以及市场信息系统等内容。

《现代市场调查与预测(修订第3版)》广泛介绍了当代市场调查与预测的前沿理论和实用方法,并将其与企业的营销管理实践相结合,编排了大量成功与失败的营销调研案例,给人以深刻启迪。具体内容包括:市场调查与预测的重要性、基本内涵,以及市场调查与预测的策划、方法、技术,营销调研表的设计、调研结果的整理、调研报告的撰写等。全书在编排程序上先提出问题,再介绍方法,然后是分析解决问题,具有很强的创意。

<<现代市场调查与预测>>

书籍目录

第一章导论本章学习重点第一节引子第二节市场与企业第三节市场调查与市场预测本章小结案例分析思考题第二章市场调查基本原理本章学习重点第一节市场调查的产生与发展第二节市场调查的含义、特征与作用第三节市场调查的种类与内容第四节市场调查的原则与程序本章小结案例分析思考题第三章市场调查策划本章学习重点第一节市场调查组织第二节市场调查策划技术第三节如何撰写调查报告本章小结案例分析思考题第四章市场调查方法本章学习重点第一节文案调查方法第二节实地调查方法第三节网络调查方法本章小结案例分析思考题第五章市场调查方式本章学习重点第一节全面市场调查方式第二节非全面市场调查方式第三节抽样市场调查方式本章小结案例分析思考题第六章市场调查表设计技术本章学习重点第一节市场调查表的结构第二节市场调查表的设计方法第三节市场调查表设计中应注意的问题本章小结案例分析思考题第七章市场调查资料分析本章学习重点第一节市场调查资料整理第二节市场调查资料分析第三节市场调查资料的使用本章小结案例分析思考题第八章市场调查专题本章学习重点第一节广告调查第二节购买动机调查第三节固定样本调查本章小结案例分析思考题第九章市场预测原理本章学习重点第一节市场预测概述第二节市场预测的要求与原则第三节市场预测程序本章小结案例分析思考题第十章市场预测方法本章学习重点第一节定性预测方法第二节定量预测方法：时间序列预测法第三节定量预测方法：因果关系分析法本章小结案例分析思考题第十一章市场信息系统本章学习重点第一节市场信息的作用第二节市场信息系统第三节市场信息管理系统本章小结案例分析思考题附表参考书目

<<现代市场调查与预测>>

编辑推荐

《现代市场调查与预测(修订第3版)》适合工商管理专业、市场营销专业等经济管理类大学本、专科师生，企业管理人员，政府部门人士。

<<现代市场调查与预测>>

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>