

<<市场调查>>

图书基本信息

书名：<<市场调查>>

13位ISBN编号：9787208070769

10位ISBN编号：7208070768

出版时间：2007-8

出版时间：经济

作者：蒋萍

页数：277

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>>

内容概要

《市场调查》吸收了21世纪市场调查的最新理论及其进展，并采用了大量的最新市场调查案例，力求具有实用性和前瞻性。

《市场调查（附光盘）》共分12章，主要内容包括市场调查的本质，调查方案的设计，已有资料的收集，定性资料的收集方法，定量资料的收集方法，量表及其设计，问卷设计，抽样设计思路与方法，市场调查的组织与实施，数据处理，数据分析方法以及市场调查报告。

<<市场调查>>

书籍目录

前言第1章 总论第一节 市场调查的定义、功能与作用一、市场调查的定义及特点二、市场调查的功能三、市场调查的作用第二节 市场调查的分类和内容一、市场调查的分类二、市场调查的内容第三节 市场调查的历史和未来一、国外市场调查的产生和发展二、我国市场调查的发展三、市场调查业的发展趋势第四节 市场调查中的道德问题一、市场调查提供者的道德规范二、市场调查使用者的道德规范三、被调查者的道德规范本章小结思考与练习第2章 调查方案的设计第一节 市场调查信息及其用户的相关知识一、市场调查信息用户及市场调查信息分类二、市场调查信息的使用者与提供者第二节 调查方案设计的含义和内容一、调查方案设计的含义与作用二、调查方案的内容第三节 调查方案的可行性研究一、调查方案可行性研究的方法二、调查方案的总体评价本章小结思考与练习第3章 已有资料的收集第一节 已有资料的性质一、什么是已有资料二、已有资料的用途三、已有资料的优点四、已有资料的局限性第二节 已有资料的来源一、内部的已有资料二、外部的已有资料第三节 已有资料的收集与评估一、已有资料的收集二、已有资料的评估本章小结思考与练习第4章 原始资料的收集方法——定性资料的收集第5章 原始资料的收集方法——定量资料的收集第6章 量表及其设计第7章 问卷设计第8章 抽样设计思路与方法第9章 市场调查的组织与实施第10章 数据处理第11章 数据分析方法第12章 市场调查报告参考文献

<<市场调查>>

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>