第一图书网, tushu007.com

<<市场调查>>

图书基本信息

书名：<<市场调查>>

13位ISBN编号：9787300063676

10位ISBN编号：7300063675

出版时间：2005-1

出版时间：人民大学

作者：简明等

页数：345

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

《市场调查》编写者在参考了大量参考文献的基础上，结合自己的教学、科研、调查项目实践经验，对市场调查方法与技术教材编写进行了新的尝试。
《市场调查》主要有如下特点：　　1、市场调查基本方法与运用方式相结合。
《市场调查》第1—9章对市场调查基本方法与技术进行了系统的介绍，在基本方法的介绍中突出了运用的条件和背景。
《市场调查》第10—14章则集中介绍市场调查基本方法与技术在企业战略研究、产品研究、广告研究、价格研究和满意度研究中的运用方式。
　　2、市场调查理论与调查实务相结合。
《市场调查》在详细介绍市场调查理论的同时，也兼顾了市场调查实操性的知识，如，调查时机的选择、市场调查项目招投标、访问过程的质量监控、数据编码录入等市场调查必须面临，而常常因为理论性不强被忽略的内容。
　　3、调查技术与计算机的结合。
借助计算机进行调查数据分析是市场调查得以广泛应用的重要条件。
《市场调查》介绍了在市场调查中最常用的SPSS、SAS、STATISTCA等三种统计分析软件的使用方法。
　　《市场调查》各章都有小结，对章内内容进行概括，便于教师把握教学重点。
同时各章还配有思考题，帮助学生通过练习加深认识。
在选择思考题时，我们特别注意了新颖性和实用性，有的来自于编写者近期参与的真实调查项目。
　　《市场调查》可以作为统计、经济管理和财金等专业学生学习市场调查的教材，也可以作为市场研究人员、营销人员、经营管理人员的工具书。

书籍目录

第一章　市场调查总论第一节 什么是市场调查第二节 市场调查的作用第三节 市场调查的时机第四节 市场调查的类型第五节 市场调查行业的发展第六节 市场调查行业的道德问题小结思考题第二章　市场调查过程第一节 确定调查问题第二节 设计调查方案第三节 数据的采集第四节 数据的处理与分析第五节 拟写调查报告小结思考题第三章　调查方案设计第一节 概述第二节 设想方案的内容第三节 调查方案的投标小结思考题第四章　调查方法第一节 文案调研法第二节 焦点小组访谈法第三节 深层访谈法第四节 德尔菲法第五节 头脑风暴法第六节 投影技法第七节 观察法第八节 实验法第九节 面访调查第十节 电话调查第十一节 邮寄调查第十二节 媒体调查小结思考题第五章　问卷设计第一节 概述第二节 问卷设计流程和技巧第三节 量表设计第四节 问卷测试小结思考题第六章 抽样设计第七章　调查的实施第八章　调查资料的整理第九章　调查资料的统计分析第十章　战略调研第十一章　产品调研第十二章　广告调研第十三章　价格调研第十四章　满意度调研参考文献

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