

<<怎样进行市场调查>>

图书基本信息

书名：<<怎样进行市场调查>>

13位ISBN编号：9787309019087

10位ISBN编号：7309019083

出版时间：1997-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式会社

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>

<<怎样进行市场调查>>

作者简介

<<怎样进行市场调查>>

书籍目录

目录

第一编 市场调查

第一章 市场调查的实际

第一节 调查课题和调查技法

一 明确调查课题

二 调查技法的选择

第二节 调查计划与设计

一 调查计划

二 调查设计

第三节 调查卷的制作

一 制作调查卷的步骤

二 调查卷的构成

三 调查目的的确认和明确化

四 提问部分的制作

五 回答项目的决定

六 提问顺序的决定

七 预备调查后的修正

第四节 市场调查的方法

一 基础调查的进行方法

二 概念调查的进行方法

三 包装和产品调查的进行方法

第五节 资料的汇总与分析

一 统计汇总工作的顺序

二 对每张调查卷的检查

三 资料的输入

四 汇总工作

第二章 市场分析的方法

第一节 需求预测

第二节 平均与标准偏差

一 平均

二 标准偏差

第三节 正规分布

第四节 倾向变动分析

第五节 季节变动分析

第六节 帕累德分析

第七节 相关分析

第三章 业界动向的把握

第一节 业界的实情与未来发展

一 日本产业构造的未来

二 制造业的实情与未来

三 建筑业的实情与未来

四 批发业的实情与未来

五 零售业的实情与未来

六 服务业的实情与未来

第二节 竞争关系的把握

<<怎样进行市场调查>>

一 竞争环境

二 竞争关系的分析

第四章 商业圈调查

第一节 商业圈调查的内容和方法

一 何谓商业圈

二 商业圈调查的方法

第二节 商业圈内消费者调查的计划和设定

第三节 商业圈调查资料的统计和分析

第五章 选址分析

第一节 商业选址的分类与市场特性

一 商业选址的分类

二 依商业圈的规模所作的分类

第二节 选址调查的体系

一 选址与商业集聚

二 选址调查的实践

第三节 商业圈内购买力的推定

一 市场占有率活用法

二 活用柜台面积的方法

第四节 竞争店调查

一 他店调查的内容

二 竞争店调查的手法

第二编 消费者行为分析

第一章 消费者购买行为分析

第一节 消费者购买行为分析框架

第二节 消费者购买决策的程序

第三节 购买行为中个人性的特性要因

第四节 购买行为的社会性特性要因

第五节 领导社会生活新潮流的人

第六节 购买者行为模型的研究与界限

第二章 产业购买者行为分析

第一节 产业购买者行为的特征

第二节 产业购买的决策程序

第三节 产业购买与消费者购买行为的差异

<<怎样进行市场调查>>

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>