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：9787309064469

10位ISBN编号：7309064461

出版时间：2009-2

出版时间：复旦大学出版社

作者：王公达 编

页数：279

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

前言

《21世纪市场营销“实践型”系列教材》在上海商学院及相关学院广大教师的共同努力下终于逐步推出。
这套系列教材包括《市场营销学》、《市场调研》、《消费者行为分析》、《客户关系管理》、《国际市场营销》、《品牌管理》、《公共关系》、《广告策划》、《商务经营》、《商务谈判》、《商务礼仪》、《创业实务》12本。
本套系列教材是由上海商学院与复旦大学出版社共同组织和策划的，共有46位教师参加编写，分别来自13个省市的23所高校，经历了两年时间才完成。
《21世纪市场营销“实践型”系列教材》的成功推出，是高校教育改革成果的展示。
一、创建了“实践课业教学”模式　　自2001年起，上海商学院从《市场营销学》课程改革着手，经历了近八年的改革探索，创建了“实践课业教学”模式。
所谓实践课业教学，是指以就业为导向，强化学生职业能力的全面培养，把“实践课业”作为能力培养的载体和手段的一种新型课程教学方式。
实践课业教学是2001年上海市教委“高职学生职业能力评价研究与实践”课题与2005年国家教育部“高职高专教育市场营销类专业实践教学体系研究”课题的研究成果。
课题研究旨在解决当前我国高校教育中实践教学效率低、学生实践能力薄弱的紧迫问题，注重学生实践能力与创新能力的培养，使高校人才培养目标能适应我国21世纪经济社会发展的需要。
课题研究总结了《市场营销学》课程改革成果，创新探索了实践课业教学新模式，并积累了课业训练的操作经验。
课题所研究的实践课业教学最早从《市场营销学》课程试点开始，逐步拓展到上海商学院的《销售管理》、《促销策划》、《市场调查与预测》、《企业形象策划》、《品牌管理》、《公关策划》、《商业投资》、《广告策划》、《客户服务与管理》等课程。
以此改革为基础，完成了市场营销专业实践教学体系构建的研究与实验。
近年，实践课业教学从专科课程教学推广到本科课程教学，在更高层次上进行进一步探索和完善。
这种新的教学模式又从校内推广到校外，从本市推广到全国，课程改革取得了成功。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在中国经济工业化、城市化、市场化和国际化“四化”强劲发展的背景下，消费预期不断上升，企业竞争日趋激烈，产品更新加快，企业逐渐认识到市场信息的重要性，逐渐重视市场信息的收集和分析，逐渐依赖于市场调查工作。

本书是作者在积累了二十余年市场调查经验的基础上，形成的教学框架。
近年来在商业企业干部培训和商业院校教学中广泛应用，取得了较好的效果。
作者希望在教学中向学生传授市场调查方法技术的同时，传授科学认真和深入调研的理念。
本书突出了实践教学指导、案例教学辅导、理论上博采众长和逻辑上循序渐进的特点。

书籍目录

第一章 市场调查概述　第一节 市场调查的含义　第二节 市场调查的产生和发展　第三节 市场调查的内容和立项　第四节 实践指导　案例分析 2007年第三季度中国网络购物市场三大变化　练习与思考第二章 调查计划的制订和调查机构的选择　第一节 调查项目的测定　第二节 调查方案的思考　第三节 市场调查机构的选择　第四节 调查计划的格式　第五节 实践指导　案例分析 AC尼尔森在中国如何做市场研究　练习与思考第三章 问卷设计　第一节 问卷设计是市场调研的基础　第二节 问题设计的类型　第三节 问卷设计的技巧　第四节 实践指导　案例分析 超市功能设置问卷　练习与思考第四章 案头调查　第一节 案头调查的意义　第二节 案头资料的收集　第三节 案头调查的步骤　第四节 实践指导　案例分析 房地产市场调查工作方案　练习与思考第五章 实地调查和网络调查　第一节 实地调查和网络调查的重要性　第二节 实地调查的内容及重点　第三节 现场调查的方法及实施　第四节 网络调查　第五节 实践指导　案例分析 证券公司营业部客户需求调查　练习与思考第六章 调查访问人员的选择及培训　第一节 调查访问人员的来源渠道　第二节 调查访问人员的选择标准　第三节 调查访问人员的培训　第四节 实践指导　案例分析 MP3市场调查　练习与思考第七章 市场调研数据的综合及分析　第一节 市场调研数据的类型　第二节 市场调研数据的整理　第三节 市场调查数据的统计技术　第四节 实践指导　案例分析 上海市金山区枫泾镇旅游者消费习惯和愿望调查　练习与思考第八章 市场预测　第一节 市场预测概述　第二节 定性预测　第三节 定量预测　第四节 实践指导　案例分析 嘉兴市南湖区服务业总体规划的经济指标　练习与思考第九章 市场调查报告的写作　第一节 调查报告撰写的基本要求和特点　第二节 市场调查报告的撰写内容　第三节 调查报告写作特点及技巧　第四节 实践指导　案例分析 浦东现代广场商业环境调查　练习与思考第十章 消费性产品市场调查　第一节 研究背景、动机和方法概述　第二节 市场调查内容与问卷　第三节 调查分析　第四节 调查结论　第五节 实践指导　案例分析 纽崔莱：“ 草根 ”铸成的“ 白金 ”　练习与思考第十一章 商业地产（购物中心）的市场调查　第一节 商业地产（购物中心）的背景分析　第二节 商业地产（购物中心）的开发调查　第三节 商业地产（购物中心）的模式调整调查　第四节 实践指导　案例分析 上海新世界综合商圈调查报告　练习与思考参考文献

编辑推荐

21世纪市场营销“实践型”系列教材的最显著特点在于实践性。
即以培养学生实践能力为目标，以有助于学生能力训练为出发点，使专业理论的实践应用具有很强的可操作性。
教材在以下三个环节上突出实践性特点：　　1、突出“专业技术”，增强学生的专业技能。
本套教材在每章正文中，使用了“运行操作”、“注意事项”的图标版式，提示教师和学生注意专业知识中的技术性部分，即基本原理应用的操作步骤与方法。
2、注重“实践运用”，锻炼学生的实践能力。
本套教材在每章的最后一节中设计了“实践运用”科目，要求学生把学到的理论知识运用到企业实践中去。
教材对每章的实践应用作了具体指导，提出课业训练任务和要求，安排相应的课业训练内容，制定课业评价标准，提供课业范文，帮助学生完成课业任务。
3、教材“主辅合一”，把主教材、学习指导和学习参考融为一体，其内容编写和体例编排都不同于以往教材，便于教师教、学生学。
设计了6个学习模块，具体使用如下：（1）明确“学习目标和基本概念”；（2）根据“实践操作提示”掌握专业技能；（3）根据“实践运用”指导完成课业任务；（4）根据“前沿研究”资料进行研究、思考；（5）根据“案例分析”资料进行判断、分析；（6）完成布置的“练习题与思考题”。

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