第一图书网, tushu007.com

<<市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787504734310

10位ISBN编号：7504734314

出版时间：2010-7

出版时间：中国物资出版社

作者：王文华　主编

页数：247

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

为了进一步落实“基于工作过程的课程改革”及“行动导向教学”的高等职业教育思想，高职市场营销专业与其他专业一样也在作人才培养模武、课程体系、教学内容和教学方法的改革，而这些改革离不开教材改革。
这本《市场调查与预测》就是基于这样一个背景开发的。
在吸收国际国内先进理论成果的同时结合教学实际，突出新的特色，创新教学体系、方法，将国家规范与实际需要结合起来，面向学生、面向市场，重点强调实际训练与操作，着力打造定位准确、特色鲜明的市场营销专业的品牌教材。
本书共分为三个模块，首先是准备调查，主要内容是：确定调查目标、选择调查方法、选择调查方式、设计调查问卷、帆订调查计划。
其次是实施调查，主要内容是：组建调查队伍、培训调查人员、开展调查、控制调查。
最后是总结调查，主要内容是：整理调查资料、分析调查资料、预测发展趋势、撰写调查报告、审查和追踪调查。
本书的编写工作安排如下：①山东交通职业学院的王文华负责整体构思、大纲的编写及第二模块的编写工作。
②山东交通职业学院的商香华负责细化大纲内容及第三模块的编写工作。
③青岛酒店管理学院的黄静负责第一模块的编写工作。
他们都是多年从事市场调查与预测的教学与研究工作，并躬身市场调研实践的高职院校老师，因此，本书是集体智慧的结晶，更是理论与实践的极佳组合，有力地保证了其理论深度、实用性和可操作性。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

全书共分三个模块，主要内容有：准备调查、实施调查、总结调查。
　本书是高等职业教育市场营销专业及其他相关专业的技能教材之一。
适合于三(两)年及五年制的学生使用，也可供其他企业的市场调研人员学习及参考。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

模块一 准备调查 任务一 确定调查目标　一、确定调查项目　二、确定调查内容 任务二 选择调查方法　一、文案调查法　二、访问调查法　三、观察调查法　四、实验调查法　五、网络调查法 任务三 选择调查方式　一、调查方式概述　二、抽样方案设计　三、抽样方法 任务四 设计调查问卷　一、问卷的类型和结构　二、问卷设计的原则和程序　三、问卷的询问设计技术　四、问卷设计中的常用量表 任务五 制订调查计划　一、市场调查设计方案的类型　二、市场调查方案的制订模块二 实施调查 任务一 组建调查队伍　一、市场调查人员应具备的基本素质　二、招聘调查人员 任务二 培训调查人员　一、调查人员培训的内容及方法　二、基础培训　三、技巧培训　四、项目培训 任务三 开展调查　一、市场调查流程　二、市场调查的步骤及内容　三、市场调查主题的设定　四、收集资料 任务四 控制调查　一、对调查员的监督与绩效评价　二、费用预算及进度管理模块三 总结调查 任务一 整理调查资料　一、资料审核　二、资料编码　三、资料录入　四、数据整理　五、数据表现 任务二 分析调查资料　一、定性分析　二、定量分析 任务三 预测发展趋势　一、市场预测的含义和类型　二、定性预测方法　三、定量预测方法 任务四 撰写调查报告　一、市场调查报告的特点和作用　二、市场调查报告的结构　三、市场调查报告的撰写技巧 任务五 审查和追踪调查　一、审查　二、追踪调查参考文献

章节摘录

和决策者讨论的工作非常重要。
决策者需要理解调查的作用和局限性。
调查可以提供相关的信息，但不一定能提供解决问题的方案，这需要决策者来判断。
反过来，调查者也需要了解决策者面临问题的实质，以及决策者希望从调查中获得的信息和要解决的问题。
为了明确调查问题，调查者必须善于和决策者接触。
有许多因素使这种接触变得非常复杂，如和决策者接近就比较困难。
有些单位对接近最高领导规定了非常复杂的程序和礼节，调查者或调查部门在单位所处地位决定了在调研的初期阶段接近关键的决策者的难易程度。
另外，一个单位可能不止一位关键决策者，无论是单独见面还是集体见面都可能非常难。
尽管存在这些问题，调查者仍然很有必要与关键的决策者接触。
2　会见专家　　除了和决策者交流以外，会见非常熟悉调查问题的专家，对系统地阐述调查问题也是非常有帮助的。
这里所说的专家，既包括公司内部的专家，也包括公司外部的专家。
通常情况下，专家的知识可以通过随意的个人交流获得，无须制作正式的调查问卷。
当然，在会见之前对会见将要谈论的题目提前列出来是非常有用的，但是会见无须严格按照提前准备的题目顺序和问题进行，可以灵活地对计划进行随机调整，只要达到获得专家知识的目的即可。
与专家会面，只是为了界定调研问题，而不是寻找解决问题的方法。
从专家处获得律议存存两个潜在的困难。

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