

<<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：9787505894006

10位ISBN编号：7505894005

出版时间：2010-7

出版时间：经济科学出版社

作者：魏颖，岁磊 主编

页数：204

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>

<<市场调查与预测>>

内容概要

本书以适应市场调查与市场预测教学及实践为宗旨，内容通俗易懂，具有很强的实用性和可操作性，系统地阐述了市场调查与预测的基本理论和基本方法，为读者提供了一套完整的学习工具和方法。首先，每章均先提出问题，列出本章要讨论的主要内容；其次，大量的案例和相关链接穿插其中，帮助读者理解和掌握知识点；再次，每章后面设有思考练习、案例分析，提高读者的综合分析问题和解决问题的能力；最后，每章均针对本章内容设置综合实训，方便读者进入角色，更好地掌握所学知识。

全书共10章，包括市场调查与预测概述、市场调查流程与方案设计、市场调查方式、市场调查方法、调查问卷与测量方法、市场调查的实施、市场调查资料的整理与分析、市场调查报告的撰写、市场定性预测方法、市场定量预测方法。

本书实例丰富，能够有效地适应市场调查与预测的教学需要，可作为高等院校经济类专业、工商管理类专业、信息管理与信息系统专业和统计学专业等相关专业的市场调查与预测课程的教材，亦可作为从事市场调查、市场预测、信息管理、市场研究等广大实际工作者的参考书籍或培训用书。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 市场调查与预测概述 学习重点 任务模拟 第一节 市场调查概述 第二节 市场预测概述
思考练习 案例分析 综合实训 第二章 市场调查流程与方案设计 学习重点 任务模拟 第一
节 市场调查流程 第二节 市场调查方案设计 思考练习 案例分析 综合实训 第三章 市场调查方
式 学习重点 任务模拟 第一节 全面调查与抽样调查 第二节 抽样调查的基本方法 第三节 抽
样误差 第四节 抽样调查方案设计 思考练习 案例分析 综合实训 第四章 市场调查方法 学习
重点 任务模拟 第一节 间接调查法 第二节 座谈会调查法 第三节 访问调查法 第四节 观察法
与实验法 思考练习 案例分析 综合实训 第五章 调查问卷与测量方法 学习重点 任务模拟
第一节 测量与测量工具 第二节 调查问卷内容与结构设计 第三节 调查问卷题项的设计 第四节 调
查问卷设计应注意的问题 思考练习 案例分析 综合实训 第六章 市场调查的实施 学习重点
任务模拟 第一节 调查实施队伍的组建 第二节 现场准备与管理 第三节 访谈技巧 思考练习
案例分析 综合实例 第七章 市场调查资料的整理与分析 学习重点 任务模拟 第一节 调查资料
的审核 第二节 调查资料的录入与整理 第三节 市场调查中常用的数据分析方法 思考练习 案例
分析 综合实训 第八章 市场调查报告的撰写 学习重点 任务模拟 第一节 报告的内容构成 第
二节 撰写报告应注意的问题 第三节 报告中常用的几种统计图 思考练习 案例分析 综合实训
第九章 市场定性预测方法 学习重点 任务模拟 第一节 德尔菲法 第二节 主观概率法 第三节
领先指标法 思考练习 案例分析 综合实训 第十章 市场定量预测方法 学习重点 任务模拟
第一节 时间序列预测法 第二节 回归分析预测法 思考练习 案例分析 综合实训

<<市场调查与预测>>

章节摘录

1.组织领导及人员配备 建立市场调查项目的领导小组，由课题负责人对调查的实际操作负责。

可由企业的市场部或企划部来负责调查项目的组织领导工作，成立市场调查小组，及时沟通解决实施过程中出现的问题，负责项目的具体组织实施工作。

另外，还要安排后期调查分析的相关人员，以便使各个环节都衔接好，节省时间，提高工作效率。如果是委托外部市场调查机构进行市场调查，还应确定双方的责任分工、责任人、联系人、联系方式等。

2.访问员的招聘及培训 正确地实施市场调查方案，必须具有一支良好的调查队伍。

对市场调查人员进行选择、培训和组织，建立能够顺利完成任务的调查队伍，也是市场调查准备阶段的一项重要工作。

对于大规模的调查，访问员宜调用专业调查机构的调查员；对于小型的调查，访问员可从在校大学生中招聘。

根据调查项目中完成全部问卷实地访问的时间来确定每位访问员一天可完成的问卷数量，确定需招聘访问员的人数。

访问员要具备的基本素质：具有较高的职业道德修养。

能认真、保质保量、实事求是地完成调查任务。

具备较强的沟通能力。

调查要和陌生人打交道，让对方配合回答你的问题。

所以访问员要有很好的沟通能力。

具备良好的业务素质。

能很好地理解调查内容、调查项目，能够解答被调查者提出的问题。

具备很好的身体素质和心理素质。

调查是个苦差事，有时候要长时间连续在外奔波，所以身体素质好是基本条件。

另外，现在调查行业很难做，特别是入户访问，经常遭人白眼，所以访问员的心理承受能力也要很强。

对非专业的访问员，我们还要对其进行必要的培训，培训内容包括：市场调查常识培训。

例如，要尊重被调查者的意愿、为被调查者保密等，这是培训的基础。

访问调查的基本方法和技巧。

就是怎么做才能让被调查者很配合地完成调查，这是培训的重点。

对调查项目的理解。

要逐一讲解调查项目，确保访问员很好地理解该调查以及调查的每个问题。

思想道德培训。

明确调查的意义，避免弄虚作假，这是培训的先导。

培训的时候可以采用以下方式：举办短期培训班，邀请有经验的资深人士进行专门的培训。

模拟训练法，可以两两结合，针对专门的调查任务进行模拟调查，在实践中摸索经验。

分层培训法，可以选出一部分人作为督导进行培训，再由督导对各自负责的调查员培训。

具体用哪种方法，可以根据实际情况来定。

3.工作进度 将市场调查的整个进行过程做成一个时间表，确定各阶段的工作内容及所需时间，是确保调查按时完成的有效手段。

把整个调查时间分为以下几个时间段：调查工作的准备阶段，包括调查表的设计、抽取样本、访问员的招聘及培训等；实地调查阶段；问卷的统计处理、分析阶段；撰写调查报告阶段。

<<市场调查与预测>>

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>