第一图书网, tushu007.com

<<纺织服装市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<纺织服装市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787506454582

10位ISBN编号：7506454580

出版时间：2009-3

出版时间：中国纺织出版社

作者：方勇 编

页数：216

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

本书是《服装市场调查与预测》（中国纺织出版社2002年1月版）的修订本。

本书在编写过程中，力求符合职业教育强调技能和应用型人才培养的特色，在篇幅、结构、内容、形式等方面进行了更新。

具体表现为：　1．内容的更新。

全面更新服装市场内容、案例，扩大专业面，以服装市场为基础，增加纺织市场方面的内容和案例，增加当前纺织服装方面的最新成果和信息，使教材内容更丰富和充实，以满足“纺织”和“服装”两个专业教学的需求。

2．总体结构的变化。

重新设计了教材的篇章结构，各章节均重新编写，新增了纺织服装市场调查与预测的方法、报告撰写等章节，由原来的8章16节扩充到9章28节。

3．突出应用，精选实例，充分反映现代最新知识和技能。

本书所选的纺织服装案例比较有代表性，能帮助读者学会处理纺织服装市场调查与市场预测中的各种问题。

4．形式的更新。

本书力求做到科学性与实用性相结合，理论与实践相结合，各章均设置了本章知识点、本章小结、思考题、案例分析题、实训题等模块。

本书由广州大学纺织服装学院、广州市纺织服装职业学校方勇副教授主编。

方勇策划编写思路和拟订教材编写提纲，编写了第一章、第三章、第四章、第五章，参与设计各章知识点、小结、思考与练习，最后总撰定稿；河南工程学院刘杰副教授编写绪言、第二章和第九章；南通纺织职业技术学院陈小荣讲师编写第六章、第七章和第八章。

本书在编写过程中，得到了广州大学纺织服装学院、广州市纺织服装职业学校、河南工程学院、南通纺织职业技术学院的有关领导和教师的大力支持，并参考了大量国内外图书等资料，在此表示衷心感谢。

由于编写时间仓促，水平有限，书中难免漏误或不足，恳请读者批评指正，以便今后完善。

内容概要

为方便我国纺织服装企业开展调查并制订相关发展策略，本书通过大量相关案例的生动解析，阐述了纺织服装市场调查与预测的基本理论和基本技能。
全书分为三大部分：纺织服装市场调查、纺织服装市场预测、纺织服装市场调查与预测案例分析。
内容简明扼要，实用性和可操作性强。
　该教材可作为高职高专、中职中专、成人高等院校的纺织、服装、市场营销等专业学生的学习用书，也可供纺织服装企业或贸易公司的相关从业人员参考使用。

书籍目录

绪言第一章 纺织服装市场调查概述 第一节 纺织服装市场调查的定义、特点和作用 一、纺织服装市场调查的定义 二、纺织服装市场调查的特点 三、纺织服装市场调查的作用 第二节 纺织服装市场调查的类型 一、按调查目的划分 二、按调查范围和对象划分 三、按调查方法划分 四、按其他标准划分 第三节 纺织服装市场调查的内容 一、纺织服装市场环境调查 二、纺织服装市场需求调查 三、纺织服装产品调查 四、纺织服装市场营销活动调查 第四节 纺织服装市场调查的程序 一、纺织服装市场调查的准备阶段 二、纺织服装市场调查的实施阶段 三、纺织服装市场调查的分析和总结阶段 本章小结 思考与练习第二章 纺织服装市场调查的方式和方法 第一节 纺织服装市场调查的方式 一、纺织服装市场普遍调查 二、纺织服装市场重点调查 三、纺织服装市场典型调查 四、纺织服装市场抽样调查 第二节 纺织服装市场文案调查法 一、纺织服装市场文案调查法的特点 二、纺织服装市场文案调查法的步骤 三、纺织服装市场文案调查法的渠道 四、纺织服装市场文案调查法的优缺点 第三节 纺织服装市场实地调查法 一、纺织服装市场询问调查法 二、纺织服装市场观察调查法 三、纺织服装市场实验调查法 第四节 纺织服装市场网络调查法 一、纺织服装市场网络调查法的形式 二、纺织服装市场网络调查法的步骤 三、纺织服装市场网络调查法的优点与不足 第五节 纺织服装市场问卷调查法 一、纺织服装市场问卷调查法的含义和分类 二、纺织服装市场问卷的作用和结构 三、纺织服装市场问卷设计的技巧 本章小结 思考与练习第三章 纺织服装市场抽样调查法 第一节 纺织服装市场抽样调查法的概念 一、纺织服装市场抽样调查法的基本含义 二、纺织服装市场抽样调查法的分类 三、纺织服装市场抽样调查法常见的术语 第二节 纺织服装市场随机抽样调查法 一、纺织服装市场简单随机抽样调查法 二、纺织服装市场等距随机抽样调查法 三、纺织服装市场类型随机抽样调查法 四、纺织服装市场整群随机抽样调查法 第三节 纺织服装市场非随机抽样调查法 一、纺织服装市场任意抽样调查法 二、纺织服装市场判断抽样调查法 三、纺织服装市场配额抽样调查法 四、纺织服装市场滚雪球抽样调查法 第四节 纺织服装市场抽样调查法的抽样误差与样本量 一、纺织服装市场抽样调查法的抽样误差 二、纺织服装市场抽样调查法的样本量 本章小结 思考与练习第四章 纺织服装市场预测概述 第一节 纺织服装市场预测的含义和作用 一、纺织服装市场预测的含义 二、纺织服装市场预测的原理 三、纺织服装市场预测的作用 第二节 纺织服装市场预测的类型 一、按质与量层次划分 二、按时间层次划分 三、按产品层次划分 四、按空间层次划分 第三节 纺织服装市场预测的内容 一、纺织服装市场需求预测 二、纺织服装产品生命周期预测 三、纺织服装市场占有率预测 四、纺织服装市场销售预测 五、纺织服装商品资源预测 第四节 纺织服装市场预测的要求和程序 一、纺织服装市场预测的基本要求 二、纺织服装市场预测的基本程序 本章小结 思考与练习第五章 纺织服装市场预测的方法 第一节 纺织服装市场经验判断分析预测法 一、纺织服装市场个人判断预测法 二、纺织服装市场集体判断预测法 三、纺织服装市场专家预测法 第二节 纺织服装市场时间序列分析预测法 一、纺织服装市场平均法 二、纺织服装市场指数平滑法 三、纺织服装市场线性趋势外推法 四、纺织服装市场季节指数法 第三节 纺织服装市场因果分析预测法 一、纺织服装市场线性回归预测法 二、纺织服装市场非线性回归预测法 三、纺织服装市场因子推演预测法 本章小结 思考与练习第六章 纺织服装市场需求预测 第一节 纺织服装购买力预测 一、纺织服装购买力预测的定义和内容 二、影响纺织服装购买力的因素 三、纺织服装购买力的预测 第二节 纺织服装需求预测 一、影响纺织服装需求量的因素 二、纺织服装需求量的预测 第三节 纺织服装流行趋势预测 一、影响纺织服装流行趋势的因素 二、纺织服装流行趋势的预测 本章小结 思考与练习第七章 纺织服装市场销售预测 第一节 纺织服装产品生命周期预测 一、纺织服装产品生命周期的定义 二、影响纺织服装产品生命周期的因素 三、对纺织服装产品生命周期预测的方法 第二节 纺织服装企业销售预测 一、影响纺织服装企业销售的因素 二、纺织服装市场占有率的预测 三、对纺织服装销售量(或销售额)的预测 本章小结 思考与练习第八章 纺织服装市场调查与预测报告的撰写 第一节 纺织服装市场调查与预测报告概述 一、纺织服装市场调查与预测报告的内容与意义 二、纺织服装市场调查与预测报告的特点 三、纺织服装市场调查与预测报告的类型 第二节 纺织服装市场调查与预测报告的结构 一、题目 二、目录 三、摘要 四、正文 五、结论和建议 六、附件 第三节 纺织服装市场调查与预测报告的写作技巧和注意事项 一、纺织

服装市场调查与预测报告的写作技巧　二、撰写纺织服装市场调查与预测报告注意事项 本章小结 思考与练习第九章 纺织服装市场调查与预测案例　案例1 佐丹奴的市场调研与预测　案例2 广州蚊帐厂的市场调查与预测　案例3 雪莲牌羊绒衫的市场调查与预测　案例4 “ 小猪噜噜 ”服装的市场调查与经营模式策划　案例5 郑州保暖内衣消费市场调查与预测报告　案例6 沪杭地区休闲服装消费市场调查与预测报告 本章小结 思考与练习参考文献

章节摘录

第一章 纺织服装市场调查概述　　长期以来，纺织服装企业经营者将注意力集中在资金、原料、设备和人力方面。
现在，人们已意识到第五项资源——信息，也是至关重要的。
面对纺织服装市场的激烈竞争，及时、准确地掌握市场信息及其变化趋势已成为决定纺织服装企业生存和发展的关键。
借助纺织服装市场调查的方法和手段，纺织服装企业能有效汇集纺织服装消费动向、竞争市场反馈等纺织服装市场信息，并通过先进的信息处理技术，预测未来一段时期内的需求变化趋势，从而为纺织服装企业计划目标的确定和纺织服装市场营销提供客观科学的依据。
第一节 纺织服装市场调查的定义、特点和作用　　纺织服装市场调查是随着市场经济的不断发展和完善而发展起来的。
近年来，越来越多的纺织服装企业把市场调查作为取得企业生产所需和信息经营的重要手段，并通过纺织服装市场调查取得了良好的经营业绩，与此同时，一些市场调查公司也迅速崛起，为纺织服装企业所需的市场信息提供调查、咨询等相关的服务。
一、纺织服装市场调查的定义　　纺织服装市场调查是纺织服装企业获得纺织服装市场信息的主要工具。
纺织服装市场调查的定义为：纺织服装市场调查是利用科学的方法，系统地收集、分析和报告与纺织服装企业面临的特定市场营销状况有关的数据和调查结果。
纺织服装市场调查的对象通常是消费者，即那些购买纺织服装商品的个人或机构等。
通过调查以了解特定时间、特定地域范围内的消费者群体有关购买和消费纺织服装商品的各种事实、意见以及动机。
……

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