

<<现代市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<现代市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787509602195

10位ISBN编号：750960219X

出版时间：2008-6

出版时间：经济管理出版社

作者：冯丽云 编

页数：280

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>

<<现代市场调查与预测>>

内容概要

建立和完善社会主义市场经济体制是21世纪初的战略任务。随着社会主义市场经济体制在我国逐步建立与完善，企业由政府部门的附属物变成自主经营、自负盈亏的独立法人实体单位。从计划经济走出，步入市场经济海洋，市场的功能和作用也受到企业的重视与关注。企业进入市场，若要在激烈的市场竞争中取胜，就要正确地做出选择和决策。任何企业都希望尽可能正确地预见未来。企业在做出选择和决策时，要考虑的不是现在而是将来的市场环境条件，要衡量的不是现在而是将来的效果，这意味着任何企业决策都不可避免地伴随着市场调查与市场预测，特别是在今天大力发展社会主义市场经济的条件下，市场调查与市场预测显得尤为重要。为本书以介绍方法为主，结构清晰，内容精炼，通俗易懂。书中引用大量的实例说明方法的运用，使学习者易于操作和掌握市场调查和市场预测的方法、技术。

<<现代市场调查与预测>>

书籍目录

第一篇 基本理论第一章 导论第一节 市场与企业第二节 市场调查的必要性第三节 市场预测与企业决策第四节 市场调查和预测学科的发展与应用第二章 市场调查基本理论第一节 市场调查与市场营销信息系统第二节 市场调查的含义与特征第三节 市场调查的内容与类型第四节 市场调查的原则与程序第三章 市场预测基本理论第一节 市场预测的含义与作用第二节 市场预测的基本原理与原则第三节 市场预测的种类与内容第四节 市场预测的基本程序第五节 预测精度及其提高途径第二篇 市场调查方法第四章 文案调查第一节 文案调查的含义与要求第二节 可用信息的范围第三节 文案调查的程序第四节 文案调查的方式与方法第五节 文案调查的原则与评价第五章 实地调查第一节 实地调查方法之一：访问法第二节 实地调查方法之二：观察法第三节 实地调查方法之三：实验法第四节 实地调查方法之四：动机调查，第五节 实地调查的组织方式第六章 抽样调查第一节 抽样调查的概念与作用第二节 抽样调查常用的几个概念，第三节 抽样误差的概念与计算方法第四节 抽样调查的组织形式第五节 抽样数目的确定第六节 全及总体资料的推算第七章 问卷调查第一节 问卷的定义与作用第二节 问卷的格式和设计第三节 问卷设计技巧第三篇 市场预测技术第八章 资料的整理、分析与处理第一节 资料的整理第二节 资料的分析第三节 资料的处理第四节 调查报告的撰写与沟通第九章 定性预测方法第一节 推算预测法第二节 集合意见法第三节 专家调查预测法第四节 预警分析法第十章 时间序列预测法第一节 时间序列预测法概述第二节 平滑预测法第三节 趋势延伸预测法第四节 季节指数预测法第十一章 回归分析预测法第一节 回归分析预测法概述第二节 一元线性回归分析预测法第三节 多元线性回归分析预测法第四节 非线性回归分析预测法第十二章 市场预测的深化：企业决策第一节 企业决策的含义与类型第二节 企业决策机制与决策原则第三节 企业决策技术概述第四节 几种常见的决策硬技术主要参考书目

<<现代市场调查与预测>>

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>