第一图书网, tushu007.com

<<市场调研应用与实践>>

图书基本信息

书名：<<市场调研应用与实践>>

13位ISBN编号：9787562436614

10位ISBN编号：7562436614

出版时间：2006-5

出版时间：重庆大学

作者：陈静宇

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在教学中市场调研是一门实践性很强的课程。
本书的目的在于为学习市场调研的学生及从事市场调研工作的相关人员提供一个实践指导蓝本，以培养和训练其实际工作及操作能力。
书中主要章节由基础理论、实践目标及要求和实践指南三部分构成，对市场调研各种主要方法、工具的应用提供了极具操作性的练习指南与要求。
读者可以在学习基础理论的基础上，按照每一章节规定的实践目标与要求，逐一对每一环节或案例进行研究、讨论、设计与实施，从而达到培养市场调研方案设计与实地作业能力的目的。
　本书适用于高等院校市场营销专业和其他经管类专业市场调研课程的实验指导教材，也可用作相关行业人员的培训用书。

<<市场调研应用与实践>>

书籍目录

第1章 概述 1.1 市场调研简介 1.2 市场调研各阶段主要内容及方法简述第2章 拟订调研计划 2.1 基础理论 2.2 实践目标及要求 2.3 实践指南第3章 调研方案设计(一)——调研方法设计 3.1 基础理论 3.2 实践目标及要求 3.3 实践指南第4章 调研方案设计(二)——抽样方案设计 4.1 基础理论 4.2 实践目标及要求 4.3 实践指南第5章 调研方案设计(三)——问卷设计 5.1 基础理论 5.2 实践目标及要求 5.3 实践指南第6章 实地调查与角色模拟 6.1 调研人员的分工及岗位设置 6.2 调研人员应具有的礼仪知识 6.3 实践目标及要求 6.4 实践指南第7章 数据整理 7.1 基础理论 7.2 实践目标及要求 7.3 实践指南第8章 数据分析(一)——简单分析 8.1 简单频数分析 8.2 交叉列联表 8.3 多选项分析第9章 数据分析(二)——复杂分析 9.1 参数检验 9.2 因子分析 9.3 相关分析 9.4 多元线性回归分析第10章 调研报告的撰写 10.1 调研报告概述 10.2 实践目标及要求 10.3 实践指南参考文献

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