第一图书网, tushu007.com

<<市场调研>>

图书基本信息

书名：<<市场调研>>

13位ISBN编号：9787563513932

10位ISBN编号：7563513930

出版时间：2007-2

出版时间：邮电大学

作者：赵伯庄

页数：251

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

内容概要

伴随着我国经济体制改革的深入发展，消费者行为的多变、企业竞争的加剧，使得市场调研的重要性更加突出，市场调研在企业经营活动中发挥了先导性和基础性的重要作用。
市场调研是获取市场信息、进行现代化管理的重要手段之一。
同时，市场调研也是大专院校工商管理类学生参与最多、涉及范围最广的一项活动。
　本教材共有8章，是由两大部分内容组成：1～4章侧重市场调研实务的介绍，主要包括市场调研的基本理论、市场调研的内容、调研资料的收集方法、市场调研的流程及问卷设计的方法和技巧等内容。5～8章侧重介绍市场调研资料的整理与分析，并相应增加了数据的统计分析方法及其在SPSS软件中应用的篇幅。

书籍目录

第一章 市场调研概述　第一节 市场调研的一般概念　第二节 正确地认识市场调研　第三节 市场调研的内容第二章 市场调研流程设计　第一节 市场调研过程　第二节 调研过程管理　第三节 访员的培训第三章 市场调研的收集方法　第一节 二手资料的收集方法　第二节 原始资料收集方法——观察法　第三节 原始资料收集方法——实验法　第四节 原始资料收集方法——询问法　第五节 定性市场调研方法第四章 问卷设计　第一节 问卷结构　第二节 问卷设计程序　第三节 问卷设计技艺第五章 抽样方法　第一节 基本概念　第二节 非概率抽样方法　第三节 概率抽样技术　第四节 抽样方法的选择　第五节 答率问题　第六节 确定样本的选择　第七节 概率抽样的误差估计第六章 数据收集与整理　第一节 数据准备　第二节 数据处理第七章 数据的统计分析方法与SPSS软件应用　第一节 频率分布　第二节 假设检验　第三节 交叉表　第四节 方差分析与协方差分析　第五节 相关分析与回归分析　第六节 计算机应用示例第八章 调研报告与项目后续工作　第一节 调研报告其重要作用　第二节 书面报告的结构与内容　第三节 调研报告的准备　第四节 口头报告技巧　第五节 调研的后续工作附录一 洗发产品市场研究附录二 中国净水器使用情况的市场调查附录三 重要术语中英文对照表附录四 统计用表参考书目

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