

<<市场调查研究>>

图书基本信息

书名：<<市场调查研究>>

13位ISBN编号：9787564601713

10位ISBN编号：756460171X

出版时间：2009-1

出版时间：中国矿业大学出版社

作者：王华清，程秀芳 著

页数：358

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>

<<市场调查研究>>

内容概要

《市场调查研究》以市场调查研究流程为主线，系统地阐述了市场调查基本原理、方法和实践操作技巧，主要包括市场调查研究综述、调查方案策划、调查研究方法、测量与量表、问卷设计、抽样设计、访问的组织与管理、数据处理与分析、假设检验、多变量分析和市场调研报告等内容。

《市场调查研究》每章都附有“学习目标”、“开篇案例”、“思考题”、“案例分析”，便利教与学，侧重市场调研综合能力的培养。

《市场调查研究》可作为高等院校管理类专业本科生、研究生、MBA及相关专业学生的教材，同时也适用于企业营销管理人员、市场调研人员参阅。

<<市场调查研究>>

书籍目录

第一章 市场调查研究导论 第一节 市场调查研究的含义 第二节 市场调查研究的功能 第三节 市场调查研究的类型 第四节 市场调查研究的内容 第五节 市场调查研究的程序 第六节 市场调查研究的组织机构 第七节 商业调查公司的人员结构 第八节 市场调查研究的行为准则 案例分析 第二章 市场调查研究方案策划 第一节 市场调查研究主题 第二节 确定市场调查研究类型 第三节 编制市场调查研究计划书 案例分析 第三章 资料收集方法 第一节 文案调查法 第二节 定性调查法 第三节 访问调查法 第四节 观察法 第五节 实验法 案例分析 第四章 测量与量表 第一节 测量与测量尺度 第二节 比较量表技术 第三节 非比较量表技术 第四节 量表的信度与效度评价 案例分析 第五章 问卷设计 第一节 问卷设计基础 第二节 问卷设计的步骤 第三节 问卷设计技巧 第四节 问卷整体设计 案例分析 第六章 抽样设计 第一节 抽样设计基础 第二节 概率抽样 第三节 非概率抽样 第四节 抽样误差 第五节 样本容量 案例分析 第七章 访问的组织与管理 第一节 访问队伍的组建 第二节 访问的一般流程 第三节 访问技巧 第四节 访问的管理 第五节 被调查者误差及控制 案例分析 第八章 资料处理与分析 第一节 概述 第二节 资料的整理 第三节 资料的分析与解释 案例分析 第九章 假设检验 第一节 假设检验基础 第二节 参数检验方法 第三节 非参数检验方法 第四节 方差分析 第五节 假设检验中常见的错误 案例分析 第十章 多变量分析 第一节 因子分析 第二节 聚类分析 第三节 判别分析 第四节 多维图示分析技术 第五节 联合分析 案例分析 第十一章 市场调查研究报告 第一节 概述 第二节 市场调查研究报告的结构 第三节 市场调查研究报告的撰写 第四节 研究结果的口头报告 第五节 研究结果的评价、反馈和完善 案例分析 附录 参考文献

<<市场调查研究>>

编辑推荐

《市场调查研究》基本上是按市场调查研究的程序而展开的，《市场调查研究》共分十一章，介绍了市场调查研究的含义、功能、内容、程序、组织机构和进行市场调查研究时的行为准则；以大量的实例介绍了如何策划市场调查研究方案；资料收集的方法与技术；测量尺度和量表设计技术；如何设计问卷；抽样设计方法；访问的组织与管理，包括访问队伍的组建、访问的技巧等；资料初步整理分析技术等众多内容。

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>