

<<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研究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句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u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>