

<<市场调查与分析>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与分析>>

13位ISBN编号：9787565408113

10位ISBN编号：7565408115

出版时间：2012-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：魏玉芝，邵玉，沙粒 编

页数：230

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>

<<市场调查与分析>>

内容概要

《21世纪高职高专精品教材·市场营销类：市场调查与分析（第2版）》以市场调查与分析的理论和方法应用为研究对象，内容通俗易懂，具有很强的实用性和可操作性，专门为高职高专市场营销人才的培养和企业经营管理人员的市场运作服务。

《21世纪高职高专精品教材·市场营销类：市场调查与分析（第2版）》既可作为财经类和管理类高职高专学生的专业课教材或非管理类专业本科学生的选修课教材使用，也可作为企业经营管理人员和社会人士培训或自学用书。

<<市场调查与分析>>

书籍目录

第1章 市场调查基本问题学习目标1.1 市场调查概述1.1.1 市场调查的含义1.1.2 市场调查的类型1.2 市场调查的原则与特征1.2.1 市场调查的原则1.2.2 市场调查的特征1.3 市场调查的内容1.3.1 市场环境调查1.3.2 市场需求调查1.3.3 市场竞争调查1.3.4 市场营销要素调查1.3.5 市场调查的意义与作用1.4 市场调查的现状与发展1.4.1 市场调查的起源1.4.2 市场调查在国外的现状与发展1.4.3 市场调查在中国的现状和发展本章小结主要概念基本训练单元实训第2章 市场调查策划学习目标2.1 市场调查项目的测定2.1.1 明确调查目标2.1.2 了解有关资讯2.1.3 深入实地考察2.2 市场调查方案的设计2.2.1 调查方案设计的重要意义2.2.2 调查方案设计的内容2.2.3 调查计划的格式2.3 市场调查流程的策划2.3.1 确定调查目标2.3.2 制订调查计划2.3.3 收集市场资料2.3.4 整理、分析资料2.3.5 撰写调查分析报告2.3.6 跟踪调查2.4 市场调查机构2.4.1 市场调查机构2.4.2 市场调查机构的选择本章小结主要概念基本训练单元实训第3章 问卷设计学习目标3.1 问卷的基本结构3.1.1 优秀问卷的评价标准3.1.2 I问卷的基本结构3.1.3 I司卷的作用3.2 问卷设计技巧3.2.1 问卷设计的程序3.2.2 问卷设计的技巧3.3 态度测量表3.3.1 测量尺度3.3.2 直接量表3.3.3 间接量表本章小结主要概念基本训练单元实训第4章 市场调查资料的收集方法学习目标4.1 二手资料的收集方法4.1.1 二手资料的功能4.1.2 收集二手资料的基本途径4.1.3 手资料收集标准与方法4.2 第一手资料的收集方法4.2.1 第一手资料收集方法的优缺点4.2.2 第一手资料收集方法--访问法4.2.3 第一手资料的收集方法--观察法4.2.4 第一手资料的收集方法--实验法本章小结主要概念基本训练单元实训第5章 抽样调查学习目标5.1 抽样的基本问题5.1.1 抽样调查的概念与特征5.1.2 抽样方法5.1.3 抽样误差5.1.4 抽样估计的概率度、精度和可靠程度5.2 抽样调查程序5.2.1 定义调查总体5.2.2 选择样本框5.2.3 确定抽样数目5.2.4 样本容量的确定5.2.5 抽样计划与实施5.3 抽样调查方法5.3.1 随机抽样方法与特征5.3.2 非随机抽样方法与特征本章小结主要概念基本训练单元实训第6章 市场调查数据的综合与分析学习目标6.1 市场调查数据的整理6.1.1 调查数据整理的意义6.1.2 调查数据整理的基本条件6.1.3 调查数据整理的基本流程6.2 市场调查数据的分析6.2.1 常用统计分析软件整理资料的步骤6.2.2 统计分析6.2.3 定性分析与定量分析6.2.4 资料统计的误差与偏差本章小结主要概念基本训练单元实训第7章 市场预测的基本方法学习目标7.1 市场预测的一般问题7.1.1 市场预测的含义与作用7.1.2 市场预测的内容与类型7.1.3 市场预测的原则与步骤7.2 定性预测7.2.1 对比分析法7.2.2 集合意见法7.2.3 专家意见法7.2.4 顾客意见法7.3 定量预测法7.3.1 平均预测法7.3.2 指数平滑法7.3.3 季节指数法7.3.4 回归分析预测法本章小结主要概念基本训练一单元实训第8章 市场调查报告的撰写学习目标8.1 调查报告及其作用8.1.1 市场调查报告的特点8.1.2 市场调查报告的作用8.2 书面报告的结构8.2.1 调查报告撰写的原则与要求8.2.2 调查报告的写作标准8.2.3 调查报告的写作步骤8.2.4 调查报告的格式8.3 调查报告的准备8.3.1 访问委托人8.3.2 了解读者8.3.3 调查报告的写作技巧8.4 口头调查报告技巧8.4.1 口头报告的重要性及特点8.4.2 口头报告成功的基本要素本章小结主要概念基本训练单元实训主要参考文献

<<市场调查与分析>>

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>