

<<工商管理系列教材>>

图书基本信息

书名：<<工商管理系列教材>>

13位ISBN编号：9787810888332

10位ISBN编号：7810888331

出版时间：2007-09-01

出版时间：西南财经大学出版社

作者：马承霈 编

页数：265

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>

## <<工商管理系列教材>>

### 内容概要

《工商管理系列教材：市场调研与预测（第2版）》分为市场调研、市场预测和经营决策三篇，适合经济学、工商管理、市场营销等财经专业本科学生使用。

主要内容有：调研策划、问卷设计、访员培训和过程控制、数据的统计整理、调研报告、定性预测、回归预测、时间序列预测、马尔柯夫预测、产品寿命周期预测、确定型决策、风险型决策、不确定型决策、多目标决策等等。

《工商管理系列教材：市场调研与预测（第2版）》是在多年教学经验的基础上写成的，既定位于本科水平，又追随现代科技的发展。

《工商管理系列教材：市场调研与预测（第2版）》在写作过程中力争做到系统全面，突出重点，介绍深入浅出，通俗易懂，使学者既可以初步应用，又可以进一步探析。

《工商管理系列教材：市场调研与预测（第2版）》还简要介绍了SPSS软件在市场调研和统计整理中的应用。

<<工商管理系列教材>>

书籍目录

第一篇 市场调研第一章 市场调研综述第一节 市场调研的概念第二节 市场调研的实施环节第三节 市场调查业概况第四节 成为合格的调研员第五节 市场调研、预测及经营决策三者的关系第六节 企业如何发挥市场调研的作用第二章 市场调研的类型、方法和方式第一节 市场调研的类型第二节 市场调研的方法及组织方式第三节 调研类型、方法、方式及数据类型第三章 调研策划第一节 调研策划的概念和作用第二节 调研策划的程序第三节 总体调研方案的内容第四节 抽样框制作与样本制备第四章 问卷设计第一节 问卷设计概述第二节 询问技巧第三节 答案设计技术第五章 访员培训和过程控制第一节 访员培训概述第二节 访谈技巧第三节 访谈过程及注意事项第四节 可能遇到的问题及对策第五节 访问过程控制第六章 数据的统计整理第一节 统计整理概述第二节 统计整理的步骤第七章 统计分析和报告撰写第一节 统计分析概述第二节 市场分析第三节 调研报告的撰写第二篇 市场预测第八章 市场预测概述第一节 市场预测的重要性和内容第二节 市场预测的原则和程序第三节 市场预测的种类第九章 市场预测的资料准备第一节 资料准备的步骤和要求第二节 资料准备的范围和资料来源第三节 数据的初步处理.....第三篇 经营决策参考文献

<<工商管理系列教材>>

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>