第一图书网, tushu007.com

<<走向营销第一步>>

图书基本信息

书名：<<走向营销第一步>>

13位ISBN编号：9787811196191

10位ISBN编号：7811196190

出版时间：2009-4

出版时间：首都师范大学出版社

作者：汤伟伟

页数：405

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

第一图书网, tushu007.com

<<走向营销第一步>>

内容概要

在现今这个信息爆炸的时代，组织所处的环境可谓瞬息万变，为了迅速了解市场的现状和发展变化的趋势，在竞争中立于不败之地。
进行准确、可靠、科学的市场调查已经成为不可回避的工作。
但调查业在我国方兴未艾，在市场经济发展过程中还有很多组织未能掌握正确的市场调查方法。
本书在借鉴国内外先进的市场调查理论、方法和技术的基础上，根据我国社会主义市场经济发展的客观环境，结合各类企业和有关组织对开展市场调查的需要，运用大量的案例。
科学、系统地阐述了市场调查的基本理论、方法和技术，使得读者能清晰地把握市场调查工作的脉搏并能融会贯通。
本书内容全面、精练，结构清晰，通俗易懂，可作为各大院校社会学、管理学、营销学、广告学、统计学等相关专业的课程教材。
也可作为工商管理各专业、MBA的教学材料，亦适用于企业营销管理人员、市场调研人员的培训。
同时也是各种层次、各种类型经营管理人员的参考读物。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

汤伟伟，人力资源博士，资深咨询顾问，南京理工大学兼职教授，南京大学MBA中心校外指导老师，中国（首届）MBA成就奖获得者，南京昂氏市场顾问有限责任公司总经理，咨询领域包括：营销、战略、企业文化、人力资源。

第一图书网, tushu007.com

<<走向营销第一步>>

书籍目录

前言第1章 市场调查概述 1.1 市场调查的基本概念 1.1.1 市场 1.1.2 市场营销 1.1.3 市场调查的概念 1.1.4 市场调查伦理 1.2 市场调查的功能与作用 1.2.1 市场调查的功能分析 1.2.2 市场调查的作用 1.3 市场调查的内容 1.4 市场调查应注意的问题 1.5 市场调查的类别 1.5.1 按研究性质分类 1.5.2 按调查对象分类 1.5.3 按信息资料的来源分类 1.5.4 按分析方法分类 1.6 市场调查的一般流程 1.6.1 确定调查目标 1.6.2 制订调查计划 1.6.3 实地收集资料 1.6.4 系统分析资料 1.6.5 陈述调查发现第2章 市场调查方法 2.1 定性市场调查方法 2.1.1 观察法 2.1.2 小组座谈会 2.1.3 深度访问法 2.1.4 投射技术法 2.2 定量市场调查方法 2.2.1 入户访问 2.2.2 定点拦截访问 2.2.3 电话访问 2.2.4 普查 2.2.5 网上调查第3章 抽样设计 3.1 抽样调查概述 3.1.1 抽样的概念 3.1.2 抽样调查的特点 3.1.3 抽样调查的几个常用名词 3.2 抽样调查的步骤 3.2.1 定义总体（全域） 3.2.2 选择资料收集方式 3.2.3 选择抽样框 3.2.4 选择抽样方法 3.2.5 确定样本量 ……第4章 问卷设计第5章 市场研究内容第6章 数据录入与分析方法第7章 市场调查报告的撰写第8章 市场预测技术第9章 SPSS在市场调研中的运用第10章 战略分析模型附录一 市场调查案例附录二 随机数附录三 问卷范例参考书目

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第1章 市场调查概述　1.1 市场调查的基本概念　21世纪，企业间的竞争日益激烈。企业间的竞争，依靠的是各自开发和拥有的资本、技术、人才和信息资源，而信息资源主要来自市场调查。

市场调查最早诞生于西方国家，在20世纪初，国外一些大企业纷纷成立了市场调查机构，从事系统的市场研究工作，市场调查的理论和观念也随之出现。

几十年来，市场调查已将企业与市场密切地联系起来，使企业能够面向市场，进而适应市场需求的调整，从而在竞争中立于不败之地。

由于市场调查与企业的生存与发展能力密切相关，而企业的生存与发展能力又是一国竞争力的核心，因此市场调查业在国民经济中逐渐变得举足轻重。

相对于西方国家来说，中国的市场调查业发展较晚，1987年中国才出现首家调查公司。近年来，我国市场调研行业发展迅速，但与西方发达国家相比，仍存在着不专业、不规范、规模小等众多问题，在一定程度上制约了我国调研业的发展。

而随着国民经济的持续快速发展、商品经济体系的完善，以及竞争的加剧，企业对市场信息收集工作愈加重视，我国的市场调查行业也迎来了一个更好的发展时期。

开展市场调查是为了研究市场的发展变化规律，要掌握市场调查的原理和方法，首先要了解市场和市场营销的含义。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

◎前瞻性。
追踪本领域的学术前沿和组织实践，构建现代市场调研方法、技能和具有市场特色的框架体系。
◎实用性。
注重把握市场脉搏，关注现代组织最注重的热点问题，着重描述现代组织尤其是营利企业所取得的成功经验和所面临的新挑战。
◎可读性。
以图表的形式对基本概念和基础理论体系进行形象化的描述，力求精练、通俗。
◎可操作性。
由浅入深地讲解与市场调查有关的统计和数学知识，公式、图表简单明了，便于实际操作。

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