第一图书网, tushu007.com

<<市场调查与预测实务>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与预测实务>>

13位ISBN编号：9787811345490

10位ISBN编号：7811345498

出版时间：2009-9

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：时培芬，王波 主编

页数：304

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

内容概要

近年来，随着社会主义市场经济体系的建立和完善，市场调查与预测事业在我国发展迅速，越来越多的企业开始重视市场调查与预测。
在高等院校，市场调查与预测作为市场营销专业的核心课程以及经管类专业的必修课程也越来越受到重视。
为此我们在参阅国内外大量资料的基础上，借鉴国内外同行已有的研究成果，并结合编者亲身积累的经验编写了本书。
　本教材遵循职业教育教学规律，以真实的职业工作过程为教材内容主线，以市场调查与预测的实际运作过程组织教材内容，按照“理论够用、实践为重”的高职课改要求设计内容体系。
每章提出学习目标、教学重点与难点、技能要求，以“开篇案例”导人，每节内容以大量的案例和知识穿插其中，帮助理解和掌握知识点；以典型案例分析、复习思考题、实训天地等形式让学生在掌握某个具体项目的相关知识的过程中完成相应的实训项目。
实现从认识一设计一实施一运用一体化训练，重点培养学生六大基本能力：调查方案设计能力、调查资料收集能力、调查资料整理能力、调查资料分析能力、调查报告撰写能力和市场预测能力，最终使学生系统掌握职业岗位要求的综合市场调查与预测能力，达到学以致用的目的。
　本教材具有如下特点：　第一，内容充实、结构清晰。
本书系统介绍了市场调查的基本内涵、市场调查策划、调查方法、调查方式、调查资料的整理与分析，市场预测方法等内容。
　第二，实践项目贯穿始终。
在本书编写过程中，我们在每一章后面都安排了典型案例分析和实训天地，具有很强的实用性和可操作性，有利于培养学生的动手操作能力和解决实际问题的能力。
带星号（★）的实训项目是必须进行的，与后面的实训项目具有连续性。
　第三，综合性强。
本书将统计学和市场调查与预测的知识有机地融合在一起，将两门课有机地整合成一门课，适应了高职高专精简课程、突出“理论够用，实践为重”的要求。
　第四，使用范围广。
本书既有对理论知识的讲述，又有大量案例和专门的实训天地，因此它既可以作为理论课程教材，也可以作为实训项目教材。
　第五，使用Excel软件进行预测，有效地提高了预测计算的效率和精度。
在预测法中引入了利用Excel软件进行预测计算的方法。
　本书共有十一章。
主要有四方面的内容：一是导论，包括第一章，系统阐述了企业与市场、市场调查与预测的关系；二是市场调查的运作，包括第二、三、四、五、六、七、八章；三是市场预测的技术和方法，包括第九章和第十章；四是市场调查专题，包括第十一章，综合运用市场调查与预测的技术和方法，该章为选学内容，各专业可根据自己的实际情况，有选择地学习。

<<市场调查与预测实务>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 企业与市场 第二节 市场调查的产生与发展 第三节 市场调查与市场预测的关系 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第二章 市场调查的基本理论 第一节 市场调查的特征与作用 第二节 市场调查的种类与内容 第三节 市场调查的原则和程序 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第三章 市场调查策划 第一节 市场调查专业机构与人员 第二节 市场调查方案设计 第三节 问卷设计技术 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第四章 市场调查方式 第一节 全面市场调查方式 第二节 重点调查和典型调查 第三节 抽样调查 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第五章 市场调查方法 第一节 文案调查方法 第二节 实地调查方法：访问法 第三节 实地调查方法：观察法与实验法 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第六章 市场调查资料整理 第一节 市场调查资料整理的步骤 第二节 定性资料的整理 第三节 定量资料的整理 第四节 几种具体的定量资料的整理技术 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第七章 市场调查资料分析 第一节 市场调查资料分析概述 第二节 综合指标分析技术 第三节 抽样推断技术 第四节 指数分析技术 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第八章 市场调查报告的撰写 第一节 市场调查报告的撰写 第二节 市场调研结果的沟通 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第九章 市场预测原理 第一节 市场预测概述 第二节 市场预测的要求与原则 第三节 市场预测程序 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地第十章 市场预测方法 第一节 定性预测法 第二节 定量预测法——时间序列预测法 第三节 定量预测法——回归分析预测法 本章小结 典型案例分析 复习思考题第十一章 市场调查专题 第一节 广告调查 第二节 固定样本调查 第三节 顾客满意度调查 本章小结 典型案例分析 复习思考题 实训天地主要参考文献

章节摘录

第一章 导论第三节 市场调查与市场预测的关系一、市场调查和市场预测的概念从认识论的角度来说，任何正确的认识都来自于实践。
企业对市场的认识和了解毫无疑问来自于市场调研。
所谓市场调研就是市场调查和市场预测的总称，它是通过市场调查收集市场活动的历史和现状的事实材料，并借助预测理论与方法，对市场活动的未来发展趋势作出预计，推测市场活动发展变化可能达到的水平和规模，减少对未来市场活动认识的不确定性，为解决问题的方案及方案论证、评价、比较选择提供科学依据。
所谓市场调查就是指运用科学的方法，有目的地、系统地搜集、记录、整理和分析有关市场的信息资料，从而研究市场变化的现状和趋势，为市场预测和经营决策提供科学依据的过程。
市场预测是指在市场调查的基础上，运用预测理论与方法，对决策者关心的变量变化趋势和未来可能的水平作出估计与测算，为决策提供依据的过程。

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