

<<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：9787040181357

10位ISBN编号：7040181355

出版时间：2010-1

出版时间：高等教育出版社

作者：杨丽佳

页数：194

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

《中等职业学校课程改革试验成果教材：市场调查与分析》是中等职业学校课程改革试验成果教材。

本书从对市场调查岗位的调研入手，分析该岗位所需具备的基本知识和技能，并力图在教材中一一得以体现。

本书的主要内容包括：认识市场调查与分析、市场调查方案设计、市场调查问卷设计、市场调查常见的样本组织方式--抽样调查、市场调查方法--文案调查、市场调查方法--访问法、市场调查方法--观察法与实验法、市场调查方法--网络调查法、市场调查资料的整理与处理、市场调查报告的撰写。

本书采用出版物短信防伪系统，用封底下方的防伪码，按照《中等职业学校课程改革试验成果教材：市场调查与分析》最后一页“郑重声明”下方的使用说明进行操作，可查询图书真伪并有机会赢取大奖。

《中等职业学校课程改革试验成果教材：市场调查与分析》可供中等职业学校市场营销专业的学生使用，也可供其他财经商贸类专业的学生使用，还可供从事相关工作的在职人员参考使用。

<<市场调查与分析>>

书籍目录

第1章 认识市场调查与分析1.1 市场调查与分析的概念和意义1.1.1 市场调查的含义1.1.2 市场分析的含义与内容1.1.3 市场调查与分析的作用1.2 市场营销信息系统与市场调查分析1.2.1 市场营销信息系统的职能1.2.2 市场营销信息系统的构成1.2.3 市场营销信息系统的作用1.3 市场调查的原则与运作程序1.3.1 市场调查的原则1.3.2 市场调查的运作程序1.4 市场调查的主要内容及范围1.4.1 市场营销环境调查1.4.2 消费者或用户调查1.4.3 市场需求调查1.4.4 市场竞争状况调查1.4.5 市场营销组合调查1.5 市场调查的类型1.5.1 按研究性质分类1.5.2 按调查的组织形式分类1.5.3 按调查分析的方法分类1.5.4 按资料的来源分类1.5.5 按市场调查的范围分类1.6 市场调查人员的基本素质要求与培训1.6.1 市场调查人员的基本素质要求1.6.2 市场调查人员的培训第2章 市场调查方案设计2.1 市场调查方案设计概述2.1.1 市场调查方案设计的含义与意义2.1.2 市场调查方案设计的要求与原则2.2 市场调查方案设计的主要内容2.2.1 确定调查目的2.2.2 确定调查对象和调查单位2.2.3 确定调查项目2.2.4 制定调查提纲和调查表2.2.5 确定调查时间和调查工作期限2.2.6 确定调查地点2.2.7 确定调查方式和方法2.2.8 确定调查资料整理和分析方法2.2.9 确定报告书的内容2.2.10 制定调查的组织计划3 市场调查方案设计的可行性分析与评价2.3.1 市场调查方案设计的可行性分析的方法2.3.2 对市场调查方案设计的评价第3章 市场调查问卷设计3.1 市场调查问卷设计概述3.1.1 市场调查问卷设计的意义、原则3.1.2 市场调查问卷设计的程序3.1.3 市场调查问卷的基本类型2 市场调查问卷设计的技巧3.2.1 问卷提问的技巧3.2.2 答案设计的技巧3.3 市场调查问卷的检验3.3.1 问题的编排顺序3.3.2 问卷的版式3.3.3 问卷的试调查第4章 市场调查常见的样本组织方式--抽样调查4.1 抽样调查概述4.1.1 抽样调查的概念和常用术语4.1.2 抽样调查的特点4.2 抽样调查的基本方法4.2.1 随机抽样4.2.2 非随机抽样4.3 抽样调查的步骤4.3.1 建立抽样框4.3.2 界定总体和抽样单元4.3.3 确定调查对象第5章 市场调查方法--文案调查5.1 文案调查概述5.1.1 文案调查法的概念5.1.2 文案调查的功能5.1.3 文案调查法的优缺点5.1.4 文案调查的评估5.1.5 文案调查法的适用范围5.2 文案调查的资料来源5.2.1 企业内部5.2.2 企业外部5.3 文案调查的方法和程序5.3.1 文案调查资料的收集方法5.3.2 文案调查的程序第6章 市场调查方法--访问法6.1 人员访问6.1.1 入户访问6.1.2 拦截访问6.1.3 小组(焦点)座谈法6.2 电话访问6.2.1 电话访问的含义6.2.2 电话访问的特征6.2.3 电话访问的注意事项6.2.4 电话访问的技巧6.3 邮寄调查法6.3.1 邮寄调查的含义6.3.2 邮寄调查的特征6.3.3 邮寄调查的流程6.3.4 邮寄调查的注意事项第7章 市场调查方法--观察法与实验法7.1 观察法7.1.1 直接观察法7.1.2 间接观察法7.1.3 观察法的记录技术7.1.4 观察法的主要优缺点7.1.5 观察法的应用7.2 实验法7.2.1 实验法的基本要素7.2.2 实验法的工作程序7.2.3 实验法的类型7.2.4 实验法的主要优缺点第8章 市场调查方法--网络调查法8.1 网络调查法的含义和特点8.1.1 网络调查法的含义8.1.2 网络调查法的特点8.2 网络调查的方法8.2.1 站点法8.2.2 电子邮件法8.2.3 随机IP法8.2.4 视频会议法8.2.5 在线访谈法8.2.6 搜索引擎.....第9章 市场调查资料的整理与处理第10章 市场调查报告的撰写

<<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>