

<<营销调研>>

图书基本信息

书名：<<营销调研>>

13位ISBN编号：9787111279518

10位ISBN编号：7111279514

出版时间：2009-9

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）伯恩斯，布什 著；张喆 译

页数：498

译者：张喆

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>

<<营销调研>>

前言

本书第2版的特色对于营销调研基础的简要说明，一个改良的软件包，XLDataAnalystTM，在微软Excel2003或者更高版本下运行，营销调研行业的众多专业人士的经验分享，在整个课程中一个附有数据集的综合案例给学生提供了经验学习的训练。

为什么用Excel进行数据分析大多数学生将不会成为专业营销调研人员，在将来的工作中，仅有一小部分人会使用专为数据分析而设计的功能强大的软件程序。

通过本书，学生将学习Excel增强程序软件XLDataAnalystTM。

老师告诉学生他们想要教给学生一个他们以后会使用的软件程序。

一旦学生们学会使用XLDataAnalystTM，他们以后就能结合Excel程序应用它。

作为一个强大的计算工具，Excel被学生们广泛使用和理解。

为增强Excel的使用性能，附件被进一步开发来实现远远超出初始Excel表格的应用范围。

作为附件，XLDataAnalystTM实现了Excel对营销调研应用的计算能力，并且简单易用。

XLDataAnalystTM的许多特点使得它比其他广泛使用的统计软件更令人期待。

我们的目标受众本书适用于向本科生介绍营销调研的课程。

我们假设学生们以前没有学过营销调研的课程，但至少学过一门基础的统计课程。

我们关注营销调研过程的教学，以便学生能够成为更好的使用者。

学生应该能够评估对于营销调研的需求，也能决定调研计划的充分性。

同时，我们利用工具使学生掌握基础的分析技术。

简要的说明我们想提供一本营销调研的基础书籍。

采用本书的教师告诉我们他们想要深入讲授营销调研的基础知识，而不是一大堆肤浅的资料。

许多教师渴望教授一门含有更少文字内容的课程，允许他们用项目作为课堂的补充，或者花更多时间在基础知识上。

本书内容简短，却涵盖了营销调研的核心和基础内容。

<<营销调研>>

内容概要

全书共分15章，以营销调研过程为逻辑主线，将营销调研的基本理论和方法工具应用于11个阶段的业务活动，包括：确定营销调研的需要；界定问题；确定调研目标；决定调研设计；识别信息类型和来源；确定收集数据的方法；设计数据收集表格；确定样本规划和规模；收集数据；分析数据；准备和陈述最终的调研报告。

本书是第一本采用Excel的分析工具进行营销调研介绍的教材，具有以下鲜明特色： 本书的两位作者阿尔文C.伯恩斯和罗纳德F.布什是营销调研畅销教材的知名作者，他们为本书提供了清晰的框架体系。

针对营销调研关键主题和概念，本书采用了当前专业调研的真实案例，以简洁易读的方式阐述了营销调研的基础知识。

数据分析工具XL Data Analyst运行在Excel环境下，易用且易于解释，从而使学生专注于分析和决策。

本书适用于市场营销等专业本科生、研究生（包括MBA和EMBA），还可作为相关从业人员的培训用书和参考资料。

<<营销调研>>

作者简介

作者：(美国)阿尔文 C.伯恩斯(Alivin C.Burns) (美国)罗纳德 F.布什(Ronald F.Bush) 译者：张喆 等

<<营销调研>>

书籍目录

导读前言致谢第1章 营销调研导论 1.1 什么是营销 1.2 什么是营销调研 1.3 营销调研的目标
1.4 营销调研的运用 1.5 营销调研的分类 1.6 营销信息系统 1.7 营销调研的热点问题
小结 关键术语 复习题 应用题 交互式学习 案例1-1 星光影视公司 案例1-2 综合案例：《
大学生生活电子杂志》第2章 理解营销调研行业 2.1 营销调研行业 2.2 营销调研行业的挑战
2.3 道德和营销调研 小结 关键术语 复习题 应用题 交互式学习 案例2-1 进行电子邮件
调查 案例2-2 综合案例：《大学生生活电子杂志》 附录A 营销调研以及垃圾邮件调查 附录B
营销调研职业 第3章 营销调研步骤：定义问题和调研目标 3.1 营销调研过程 3.2 确定营销调研
的需要 3.3 界定问题 3.4 界定问题和确定调研目标的流程 3.5 制定营销调研建议书 3.6
使用本书的综合案例把所有内容综合起来 小结 关键术语 复习题 应用题 交互式学习 案例3-1
华盛顿套房公司 案例3-2 AJResearch公司第4章 调研设计 4.1 调研设计 4.2 三类调研设计
4.3 实验研究 4.4 试销 小结 关键术语 复习题 应用题 互动式学习 案例4-1 品质调研
公司： 案例4-2 综合案例：《大学生生活电子杂志》第5章 获取二手数据及网上数据库 5.1 二手
数据 5.2 二手数据的分类 5.3 二手数据的优点 5.4 二手数据的缺点 5.5 评估二手数据 ...
...第6章 标准化信息资源第7章 确定调查数据的收集方法第8章 在调研中使用测量量表第9章 设
计你的问卷第10章 确定样本容量和抽样方法第11章 收集数据并概要描述发现第12章 通过样本结
果归纳推断总体第13章 在数据中通过比较找到差异第14章 确定变量关系第15章 准备以及展示调
研结果参考文献

章节摘录

插图：“I guess you're right, we sure didn't read the news-paper !

" Don replied. As Don recalled his college days his creative juices were beginning to flow. He asked, "What would college students today want to know about ?

More than just sports. They'd want to know the inside story about teams, players, coaches. The major media cover the major sports events. They don't cover State U's championship softball games, and lots of students would like to watch the basket-ball games but don't go to the game. Also, they want more than what the mass media provides in terms of politics and foreign policy. Political stories are intriguing, but they aren't written for college students in the major media. I didn't get interested in politics until I was older and read the paper daily, which allowed me to keep up with the intricacies of the political arena. You could write the stories of politics with a different slant for college students. I would think college students want to know the basics of the political stories and they want visuals. They want to know more about the people themselves. A People magazine approach may appeal to them. They don't want the standard line they read in all the other publications." As Don talked aloud, his rising voice level clearly indicated that his excitement about the idea was growing. Wesley, sensing everyone's attention turning to the new business idea, mentioned that he and Anna could easily put the concept online in the form of an e-zine targeted to college students. Sarah, now taking the burgers off the grill, set the plate down and said in a serious tone, "Listen up !

We may have something here that uses all of our talents. I know the publishing business, and Don has a flair for writing and creating features, and Anna and Wesley can handle the technical aspects needed to make an e-zine a reality. What should we do to follow up on this idea ?

"1 Do you think the four friends should now conduct marketing research ?

Why or why not ?

2 If you feel they should conduct marketing research, what questions should they seek to answer ?

<<营销调研>>

编辑推荐

《营销调研:运用Excel数据分析(英文版.原书第2版)》：高等学校经济管理英文版教材·双语教学

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>