

<<市场分析与软件应用>>

图书基本信息

书名：<<市场分析与软件应用>>

13位ISBN编号：9787111355595

10位ISBN编号：7111355598

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社

作者：蔡继荣 编

页数：325

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>

<<市场分析与软件应用>>

内容概要

由蔡继荣主编的《市场分析与软件应用》按照营销管理的逻辑过程系统地介绍了市场分析中的基本技术和方法，主要包括市场分析基础、市场分析的统计分析基础、SPSS软件基础、市场机会分析、市场细分与定位分析、产品测试分析、品牌分析、价格分析、分销渠道分析、广告分析和顾客满意度分析等内容。

《市场分析与软件应用》在编写过程中突出了针对性、应用性和操作性，并通过例证增强了可读性，可以满足高等院校企业管理、统计、经济管理等专业学生的学习之需，也可以作为市场研究人员、咨询师和策划师、企业经营管理人员的参考书，还可以作为咨询公司等机构的培训教材。

<<市场分析与软件应用>>

书籍目录

前言

教学建议

第1章 市场分析基础

学习目标

1.1 市场分析的理论知识基础

1.2 市场分析的意义及内容

1.3 市场分析的方法和流程

本章小结

核心概念

课后思考

第2章 市场分析的统计分析基础

学习目标

2.1 数据统计分析概述

2.2 描述性统计分析

2.3 推断统计

2.4 多元统计分析简介

本章小结

核心概念

课后思考

第3章 SPSS软件基础

学习目标

3.1 SPSS的安装和启动

3.2 SPSS的主界面简要介绍

3.3 SPSS建库、数据录入及编辑转换

3.4 SPSS的数据和图形分析功能介绍

本章小结

核心概念

课后思考

第4章 市场机会分析

学习目标

4.1 市场机会分析概述

4.2 市场机会分析的内容

4.3 市场机会分析方法

4.4 基于消费者态度和认知的市场机会分析

本章小结

核心概念

课后思考

第5章 市场细分与定位分析

学习目标

5.1 市场细分与定位的基本理论

5.2 市场细分技术及其应用

5.3 细分市场评价及定位分析

本章小结

核心概念

课后思考

<<市场分析与软件应用>>

第6章 产品测试分析

学习目标

6.1 产品测试分析基础

6.2 产品创意及其筛选

6.3 产品概念测试

6.4 产品及包装测试

本章小结

核心概念

课后思考

第7章 品牌分析

学习目标

7.1 品牌分析基础

7.2 品牌绩效测量

7.3 品牌形象分析

本章小结

核心概念

课后思考

第8章 价格分析

学习目标

8.1 价格分析基础

8.2 价格分析的直接询问法

8.3 价格分析的比较权衡法

8.4 价格测试中的结合分析介绍

本章小结

核心概念

课后思考

第9章 分销渠道分析

学习目标

9.1 渠道分析基础知识

9.2 渠道分析技术

9.3 商圈分析与零售店选址

本章小结

核心概念

课后思考

第10章 广告分析

学习目标

10.1 广告分析基础知识

10.2 广告文案测试

10.3 广告媒体分析

10.4 广告跟踪分析

本章小结

核心概念

课后思考

第11章 顾客满意度分析

学习目标

11.1 顾客满意度基础理论

11.2 顾客满意度分析方法

<<市场分析与软件应用>>

本章小结

核心概念

课后思考

附录A 市场分析常用调查问卷模板

附录B 《市场分析与软件应用》实验项目卡片模板

附录C 《市场分析与软件应用》实验指导书模板

参考文献

<<市场分析与软件应用>>

编辑推荐

《华章教育·普通高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材（市场营销系列）》特色：市场分析与软件应用》：1.针对性。

本教材主要针对市场营销等企业管理类专业的教学需要而编写，通过学习可以使学生掌握市场分析的主要内容、一般方法及操作实务。

2.系统性。

本教材按照企业进行市场分析的基本内容展开，系统概括了市场分析中常用的技术和方法。可适应不同的市场分析目标之需，老师可以根据专业及学时要求有选择地进行讲授。

3.实践性。

本教材的编写强调应用型培养目标，通过本教材的学习，不仅使学生懂得市场分析的基本流程，还可使学生掌握市场分析的基本方法，操作性强。

工具特征明显。

便于学生缩短未来岗位的适应时间。

读者对象：《华章教育·普通高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材（市场营销系列）：市场分析与软件应用》既可作为高等院校企业管理、统计、经济管理等专业的课程教材，也可以作为市场研究人员、咨询师和策划师，企业经营管理人员的参考书。

还可以作为咨询公司等机构的培训教材。

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>