

<<市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787300073200

10位ISBN编号：7300073204

出版时间：2006-7

出版单位：人民大学

作者：柴庆春

页数：341

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>

## &lt;&lt;市场调查与预测&gt;&gt;

## 内容概要

我们正处在一个信息社会，越来越多的企业开始重视市场信息对于企业管理和营销决策的重要意义。然而，相当多的企业发现它们虽然身处信息社会，却总感觉到有用的信息太少，重要的信息又来得太迟，在浩瀚的信息海洋中寻找对经营决策有帮助的信息是一件繁杂的工作。

市场调查和预测就是解决上述问题的有效手段，其任务就是运用科学方法，系统、有效率地收集和分析市场信息，以得到经营管理和市场营销的科学的决策依据。

本书的宗旨就是系统地介绍市场调查和预测的科学方法，使读者通过本书获得有关市场调查和预测的知识与技能。

这些知识和技能包括以下几个方面的内容：第一，市场调查的基本理论。

阐述市场调查如何在现代企业战略决策和现代市场营销过程中发挥作用，市场调查的发展状况以及信息化、全球化给市场调查带来的机遇和挑战。

第二，市场调查和预测的基本方法。

阐述市场调查的程序、调查方案的设计、间接资料的获得、调查问卷的设计、量表设计、抽样技术、实地调查方法和技术、数据处理和分析技术、预测方法和调查报告的撰写。

第三，市场调查的管理与实践。

阐述如何计划、组织、协调和控制一项市场调查活动，介绍市场调查的主要应用类型以及如何开展相应的市场调查。

本书以高职高专市场营销专业以及相关专业的学生为主要读者群，兼顾企业里从事市场营销或者市场调查工作的初级从业人员的培训和进修需要。

考虑到读者对象的特点和要求，本书具有以下特点：（1）突出实践性和可操作性。

本教材的主要编著者有长期的市场营销实践经验，能够从实际需要出发，对市场调查过程的每个环节均作详细介绍。

本教材每一章后面都有实训题，其中一个题目贯穿教材始终，目的是让读者通过实训题，实践书中介绍的知识和技能。

本教材文字叙述力求通俗易懂，融营销理论知识于实际调研方法之中，是一本实用性强、具有操作指南性质的、信息量丰富的教材。

（2）重视案例的编写和选用。

教材的每一章都有导入案例，同时，书中选取了大量具有代表性的、知名企业的案例，并且许多案例是作者结合自身实践和教学经验撰写的，结合案例对市场调查和预测的理论知识和操作方法进行阐述，以期加强读者理论与实践结合的能力。

（3）指引读者进一步学习。

本书力求实用，所以适当简化了市场调查和预测中高深的理论和复杂的数学运算，通过开辟“相关链接”窗口，对相关知识予以适当的介绍，帮助有兴趣的读者进一步深入学习。

本书的编著者由中央财经大学、辽宁经济管理干部学院和北京城市学院的骨干教师组成，这些教师有的长期在企业第一线从事市场营销调查工作，在市场营销和市场调查等教学与科研领域有丰富的经验，有的长期从事高职高专相关课程的教学工作。

本教材具体的编写分工如下：第一章、第十二章由中央财经大学商学院柴庆春编写；第二章、第三章由北京城市学院经管学部王玉华编写；第四章、第五章由中央财经大学商学院宋琛编写；第六章、第七章由辽宁经济管理干部学院孙黎编写；第八章、第九章、第十章由辽宁经济管理干部学院陈宏威编写；第十一章由中央财经大学商学院苗月新编写。

“文章千古事，得失寸心知”。

在本书的撰写过程中，所有作者都本着对读者负责的精神，对内容的编排、材料的取舍、文字的组织都进行了认真的考虑，力求精益求精。

然而，我们所处的经济社会的发展日新月异，知识更新的速度有增无减，书中疏漏在所难免，欢迎读者批评指正。

?



## <<市场调查与预测>>

### 书籍目录

第1章 市场调查概述? 1.1 市场调查在管理决策中的作用? 1.2 市场调查的应用? 1.3 市场调查方案的设计? 1.4 市场调查的管理??第2章 间接资料的获取? 2.1 间接资料的定义和特点? 2.2 间接资料的获取? 2.3 因特网调查??第3章 度量标准? 3.1 市场特征与测量? 3.2 量表标准和形式? 3.3 度量的可靠性和有效性??第4章 调查问卷设计? 4.1 调查问卷概述? 4.2 调查问卷的基本结构? 4.3 问题设计??第5章 抽样调查? 5.1 抽样调查概述? 5.2 抽样技术的分类及选择??第6章 实地调查? 6.1 观察法? 6.2 小组访谈法? 6.3 询问法? 6.4 实验法??第7章 现场访问? 7.1 访问的形式? 7.2 访问的安排? 7.3 访问的进行? 7.4 访问的障碍? 7.5 访问的记录??第8章 数据处理和分析? 8.1 数据处理? 8.2 数据分析??第9章 预测方法(上)? 9.1 消费者意图预测法? 9.2 专家意见预测法? 9.3 马尔可夫分析预测法??第10章 预测方法(下)? 10.1 直线趋势预测法? 10.2 指数平滑法? 10.3 季节销售预测法? 10.4 回归分析预测方法??第11章 市场调查报告的撰写? 11.1 撰写市场调查报告的意义? 11.2 市场调查报告的基本结构和格式? 11.3 市场调查报告的撰写??第12章 市场调查实践? 12.1 营销战略调查? 12.2 新产品开发调查? 12.3 消费行为调查? 12.4 顾客满意度调查 参考文献

## <<市场调查与预测>>

### 编辑推荐

本书系统地介绍了市场调查和预测的科学方法，使读者通过本书获得有关市场调查和预测的知识与技能。

这些知识和技能包括以下几个方面的内容： 第一，市场调查的基本理论。阐述市场调查如何在现代企业战略决策和现代市场营销过程中发挥作用，市场调查的发展状况以及信息化、全球化给市场调查带来的机遇和挑战。

第二，市场调查和预测的基本方法。阐述市场调查的程序、调查方案的设计、间接资料的获得、调查问卷的设计、量表设计、抽样技术、实地调查方法和技术、数据处理和分析技术、预测方法和调查报告的撰写。

第三，市场调查的管理与实践。阐述如何计划、组织、协调和控制一项市场调查活动，介绍市场调查的主要应用类型以及如何开展相应的市场调查。

本书以高职高专市场营销专业以及相关专业的学生为主要读者群，兼顾企业里从事市场营销或者市场调查工作的初级从业人员的培训和进修需要。

<<市场调查与预测>>

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>