

<<市场调查方法与技术>>

图书基本信息

书名：<<市场调查方法与技术>>

13位ISBN编号：9787300101729

10位ISBN编号：7300101720

出版时间：2009-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：简明 等编著

页数：360

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>

<<市场调查方法与技术>>

前言

随着我国市场经济体制的完善，各行各业对市场调查的依赖性不断增强，对市场调查方法与技术的科学性、实用性的要求也越来越高。

目前，有关市场调查的专业书籍已经有许多版本，大体上可以分为两种类型。一种类型是以介绍市场调查的基本方法为主，将市场调查作为一种工具交给读者，读者可以结合自己的领域加以运用；另一种类型是以企业经营管理中需要通过市场调查处理的主要问题作为主题，介绍市场调查方法和技术如何运用于这些方面。

前一种类型的书很多，后一种类型的书却是凤毛麟角。

我在多年的教学过程中发现，学生仅以前一种类型的书籍作为教材学习了市场调查的基本方法后并不能顺利地将其运用于现实课题。

我亲自主持了企业委托的数十个市场调查项目后更深刻地体会到，市场调查是一门实践性很强的学问，学生要将方法运用于实际还需要专门的训练，市场调查基本方法如何同企业经营管理现实需要相结合，本身就应成为市场调查课程的重要内容。

基于这样的认识一直希望编写一本更为实用的教材。

本书编写者在参考了大量参考文献的基础上，结合自己的教学、科研、调查项目实践经验，对市场调查方法与技术教材编写进行了新的尝试。

本书主要有如下特点： 1.市场调查基本方法与运用方式相结合。

第1-9章对市场调查基本方法与技术进行了系统的介绍，在基本方法的介绍中突出了运用的条件和背景。

第10-13章则集中介绍市场调查基本方法与技术在企业战略研究、产品研究、广告研究和满意度研究中的运用方式。

<<市场调查方法与技术>>

内容概要

目前，有关市场调查的专业书籍已经有许多版本，大体上可以分为两种类型。

一种类型是以介绍市场调查的基本方法为主，将市场调查作为一种工具交给读者，读者可以结合自己的领域加以运用；另一种类型是以企业经营管理中需要通过市场调查处理的主要问题作为主题，介绍市场调查方法和技术如何运用于这些方面。

前一种类型的书很多，后一种类型的书却是凤毛麟角。

<<市场调查方法与技术>>

作者简介

金勇进，职称：教授、博士生导师。

职务：统计调查技术研究所所长曾任中国人民大学统计学院院长 学历：中国人民大学经济学博士学位 主要研究方向： 抽样调查，应用统计，满意度测评，市场调查 主要开设课程： 抽样方案设计抽样调查理论与方法非抽样误差分析缺失数据处理，市场调查方法与实务。

<<市场调查方法与技术>>

书籍目录

第1章 市场调查总论 1.1 什么是市场调查 1.2 市场调查的作用 1.3 市场调查的时机 1.4 市场调查的类型 1.5 市场调查行业的发展 1.6 市场调查行业的道德问题 小结 思考题第2章 市场调查过程 2.1 确定调查问题 2.2 设计调查方案 2.3 数据的采集 2.4 数据的处理与分析 2.5 拟写调查报告 小结 思考题第3章 调查方案设计 3.1 概述 3.2 调查方案的内容 3.3 调查方案的投标 小结 思考题第4章 调查方法 4.1 文案调研法 4.2 焦点小组访谈法 4.3 深层访谈法 4.4 德尔菲法 4.5 头脑风暴法 4.6 投影技法 4.7 观察法 4.8 实验法 4.9 面访调查 4.10 电话调查 4.11 邮寄调查 4.12 媒体调查 小结 思考题第5章 问卷设计 5.1 概述 5.2 问卷设计流程和技巧 5.3 量表设计 5.4 问卷测试 小结 思考题第6章 抽样设计 6.1 概述 6.2 概率抽样方式 6.3 非概率抽样方式 6.4 抽样中的误差问题 6.5 样本量的确定 小结 思考题第7章 调查的实施 7.1 调查前的准备 7.2 调查员的培训 7.3 现场调查的质量控制 小结 思考题第8章 调查资料的整理 8.1 调查问卷的回收及审核 8.2 调查资料的编码与录入 8.3 调查数据的清洁和预处理 小结 思考题第9章 调查资料的统计分析 9.1 概述 9.2 描述统计分析 9.3 推论统计分析 9.4 多元统计分析 9.5 常用统计分析软件简介 9.6 调查结果的展示 小结 思考题第10章 战略调研 10.1 竞争者调研 10.2 市场细分调研 10.3 产品定位调研 小结 思考题第11章 产品调研 11.1 产品的概念 11.2 产品创意测试 11.3 产品测试 小结 思考题第12章 广告调研 12.1 文案调研 12.2 媒介调研 12.3 广告效果调研 小结 思考题第13章 满意度调研 13.1 基本理论与概念 13.2 定性研究方法 13.3 定量研究方法 小结 思考题参考文献

章节摘录

4.7 观察法 4.7.1 观察法的概念及类型 观察法就是通过观看、跟踪和记录调查对象言行来汇集信息资料的调查方法。

可以依靠调查人员在现场直接观看、跟踪和记录，也可以利用照相、摄像、录音等手段间接地从侧面观看、跟踪和记录。

观察法可以从不同角度进行分类。

(1) 按观察结果的标准化程度可分为控制观察和无控制观察。

控制观察是根据观察目的预先规定观察范围，并在实施观察时，对观察手段、观察技术、观察程序和记录方式标准化。

无控制观察比较灵活，对观察目的、程序等不做严格规定，记录也可采取随意的方式。

(2) 按观察者参与观察活动的程度不同划分为完全参与观察、不完全参与观察和非参与观察。

完全参与观察是指观察者较长时期生活在被观察者之中，使之改变自己原有的身份。

不完全参与观察是指观察者不改变身份，只在调查时置身于调查事项中取得资料。

非参与观察是指观察者不参与到调查活动之中，而是以局外人的身份去观察事项发生和发展情况。

(3) 按所取得资料的时间特征不同划分为纵向观察、横向观察和纵横结合观察。

纵向观察又称时间序列观察，就是在不同时间加以观察，取得一连串的观察记录。

横向观察又称横断面观察，是在某一特定时间内对若干个调查对象所发生的事态同时加以记录。

纵横结合观察就是对调查对象的纵横两个侧面进行观察，这样，就能取得更加可靠的调查资料。

(4) 按观察的具体形式不同划分为人员观察、机器观察和实际痕迹观察。

<<市场调查方法与技术>>

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>