

<<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：9787302189787

10位ISBN编号：7302189781

出版时间：2008-12

出版时间：清华大学出版社

作者：王秀娥 编

页数：248

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>

<<市场调查与预测>>

前言

市场调查与预测是一门实用性很强的应用型学科。

本书突出的特点是，系统性与应用性相结合，既有系统的理论介绍，又突出了理论与实践相结合的实用性特点。

系统性体现在本教材理论内容包含了市场调查全过程，内容涵盖市场调查的基本概念、常用的市场调查方法、调查方案的设计、抽样的方法、资料整理和分析方法、市场预测，以及市场调查报告等诸多方面。

通过系统的理论知识学习，学生能掌握调查方案的设计、市场调查的实施及市场调查报告写作的全过程。

<<市场调查与预测>>

内容概要

本书以市场调查过程为主线，包括市场调查基本理论、市场调查的内容与调查方案设计、市场调查资料的收集方法、问卷设计技术、抽样调查、调查资料的整理与分析、市场预测的基本方法和市场调查报告的撰写共8章，系统地阐述了市场调查与预测的基本概念、基本原理，介绍了当代市场调查与预测的前沿理论和实用方法，并将理论与企业管理实践相结合，编排了大量实用的调查案例，突出了系统性与应用性结合，便于读者学习掌握。

本书依据高等职业教育的培养目标和高职人才培养的基本要求，以培养学生的应用能力为主线而编写。

本书适用于高职高专经济管理类专业学生学习，也可供市场营销、企业经济管理人员参考使用。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第1章 市场调查基本理论 1.1 市场概述 1.1.1 市场的含义 1.1.2 市场的功能 1.1.3 市场的类型
1.2 市场调查基础知识 1.2.1 市场调查的含义 1.2.2 市场调查的产生与发展 1.2.3 市场调查的特征与分类 1.2.4 市场调查的原则与作用 1.3 市场调查的机构与人员 1.3.1 市场调查的机构 1.3.2 市场调查人员 本章小结 知识训练 技能训练 案例分析

第2章 市场调查的内容与调查方案设计 2.1 市场调查的内容 2.1.1 宏观环境调查 2.1.2 微观环境调查 2.1.3 市场营销活动调查 2.2 市场调查程序与调查方案设计 2.2.1 市场调查的程序 2.2.2 市场调查方案设计意义 2.2.3 市场调查方案的设计 本章小结 知识训练 技能训练 案例分析

第3章 市场调查资料的收集方法 3.1 文案调查 3.1.1 文案调查的对象 3.1.2 文案调查的步骤和方法 3.1.3 文案调查的原则及作用 3.2 访问法 3.2.1 访问法的概念及类型 3.2.2 几种常用的访问调查法 3.2.3 访问调查中的技巧 3.3 观察法 3.3.1 观察法的含义 3.3.2 观察法的分类 3.3.3 观察法的特点 3.3.4 观察的技术 3.3.5 观察法的用途 3.4 实验法 3.4.1 实验法的含义 3.4.2 实验法的种类 3.4.3 实验法的优缺点 3.4.4 实验设计 本章小结 知识训练 技能训练 案例分析

第4章 问卷设计技术 4.1 问卷设计概述 4.1.1 问卷设计的含义及程序 4.1.2 问卷的基本结构 4.1.3 问卷设计原则 4.2 问句的设计技术 4.2.1 问句的类型 4.2.2 问句设计中应该注意的问题 4.3 问卷回答项目的设计技术 4.3.1 封闭式回答项目的设计 4.3.2 开放式回答项目的设计 本章小结 知识训练 技能训练 案例分析

第5章 抽样调查 第6章 调查资料的整理与分析 第7章 市场预测的基本方法 第8章 市场调查报告的撰写综合案例与实训主要参考文献

<<市场调查与预测>>

章节摘录

版权页：插图：2.2.2 市场调查方案设计的意义 1. 市场调查方案的设计含义 市场调查方案设计，就是根据调查研究的目的和调查对象的性质，在进行实际调查之前，对调查工作总任务的各个方面和各个阶段进行通盘考虑和安排，以提出相应的调查实施方案，制定出合理的工作程序。

客观上不存在唯一的调查计划方案，调查人员往往有很多的选择，每一种选择都会有其优缺点，这就需要调查研究人员进行综合的考虑和权衡。

一般来说，主要需要权衡的是调查成本和调查信息的质量之间的关系，通常所获得的信息越精确，错误越少，成本就越高。

另外需要权衡的还有时间限制和调查类型，调查人员必须在很多条件的约束下，向客户提供尽可能科学的调查方案。

市场调查方案涉及整个调查的全过程和全部内容。

调查方案是否科学、可行是整个调查成败的关键。

市场调查方案设计通常是由计划书来体现的。

简单来说，一份市场调查的计划书主要包括调查目的、调查内容、调查范围及对象、调查方法、调查日程，以及调查预算等方面。

而一份详细的计划书还要增加结果报告的架构、二手资料的名称、出处以及内容概要等项目。

2. 市场调查方案的设计意义 市场调查是一项复杂的、严肃的、技术性较强的工作，为了在调查过程中统一认识、统一内容、统一方法、统一步调，圆满完成调查任务，必须事先制订出一个科学、严密、可行的工作计划和组织措施，以使所有参加调查工作的人员都依照执行。

调查方案设计起着统筹兼顾、统一协调的作用。

无论是大范围的研究，还是小规模的投资，都会涉及相互联系的各个方面和全部过程。

在调查中会遇到很多复杂的矛盾和问题，其中许多问题是属于调查本身的问题，也有不少问题则并非调查的技术性问题，而是与调查相关的问题。

只有对每次调查先做出统一考虑和安排，才能保证减少误差，使调查顺利进行。

调查方案设计是市场调查过程的第一步，市场调查设计、资料收集、资料整理和资料分析是一个完整的工作过程，调查方案设计正是这个全过程重要的一步。

<<市场调查与预测>>

编辑推荐

<<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>