

<<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：9787302273837

10位ISBN编号：7302273839

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学出版社

作者：孟雷 主编，李宏伟 副主编

页数：238

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>>

### 内容概要

《市场调查与预测》以适应市场调查与市场预测教学及实践为宗旨，突出应用性和实践性，在编写内容上充分考虑了企业开展市场调查与预测的运作流程。

全书共分为十章，第一章为市场调查概述，概括介绍市场信息和市场调查的相关理论，第二章为市场调查计划与组织，第三章为市场调查方式，第四章为市场调查方法，第五章为市场调查技术，第六章为市场调查资料的整理与分析，第七章为市场调查预测概述，第八章为定性预测法，第九章为时间序列分析预测法，第十章为回归分析预测法和马尔可夫预测法。

《市场调查与预测》实例丰富，在编写的过程中，各章节都附有一定的应用案例，可用于帮助和指导学习者学习、理解相关的理论和知识，能够有效适应市场调查与市场预测的教学需要，可作为高等院校经济类专业、工商管理类专业、信息管理与信息系统专业和统计学专业等相关专业的市场调查与预测课程的教材或教学参考书，亦可作为从事市场调查、市场预测、信息管理和市场研究等工作的广大实际工作者的参考书籍或培训用书。

## <<市场调查与预测>>

### 书籍目录

#### 第一章 市场调查概述

- 一、市场信息
- 二、市场调查的含义
- 三、市场调查的作用
- 四、市场调查的类型

#### 第二节 市场调查的内容

- 一、市场营销宏观环境调查
- 二、市场营销微观环境调研

#### 第三节 市场调查的原则、要求与流程

- 一、市场调查的原则
- 二、市场调查的要求
- 三、市场调查的步骤

#### 思考与练习

#### 第二章 市场调查计划与组织

##### 第一节 市场调查计划的制定

- 一、确定调查目的
- 二、确定调查对象和调查单位
- 三、确定调查项目
- 四、制定调查提纲和调查表
- 五、确定调查方式和方法
- 六、确定调查地点
- 七、确定调查时间和调查工作期限
- 八、确定调查资料整理和分析方法
- 九、确定提交调查报告的方式
- 十、制定调查的组织计划

##### 第二节 市场调查的组织及实施

- 一、市场调查组织
- 二、市场调查人员

#### 思考与练习

#### 第三章 市场调查方式

##### 第十节 全面调查

- 一、全面调查的含义与方式
- 二、全面调查的实施要点
- 三、全面调查的优点与局限性

##### 第二节 重点调查与典型调查

- 一、重点调查
- 二、典型调查

##### 第三节 抽样调查

- 一、抽样调查
- 二、随机抽样调查的类型
- 三、非随机抽样类型

#### 思考与练习

#### 第四章 市场调查方法

##### 第一节 文案调查法

- 一、文案调查法的含义与特点

## <<市场调查与预测>>

- 二、文案调查的功能
- 三、文案调查法的局限性
- 四、文案调查法的基本要求
- 五、文案调查资料的来源
- 六、文案调查的方法

### 第二节 实地调查法

- 一、访问法
- 二、观察法
- 三、实验法

### 第三节 网上调查法

- 一、网上调查法的含义及特征
- 二、网上现成资料的搜集
- 三、网上原始资料的搜集方法

#### 思考与练习

## 第五章 市场调查技术

### 第一节 测量技术

- 一、测量与量表
- 二、测量的基本技术

### 第二节 问卷设计技术

- 一、问卷设计含义与问卷的结构
- 二、问题的设计
- 三、答案的设计
- 四、问卷设计的原则与程序

#### 思考与练习

## 第六章 市场调查资料的整理与分析

### 第一节 市场调查资料的审核

- 一、审核的意义与原则
- 二、原始资料的审核
- 三、现成资料的审核

### 第二节 市场调查资料的整理

- 一、整理的意义和原则
- 二、分类或分组
- 三、汇总
- 四、制表和绘图

### 第三节 市场调查资料的分析

- 一、定量分析
- 二、定性分析

### 第四节 市场调查报告的撰写

- 一、市场调查报告的格式与内容
- 二、市场调查报告的撰写形式与技巧

#### 思考与练习

## 第七章 市场调查预测概述

### 第一节 市场预测的内涵

- 一、市场预测的概念和特征
- 二、市场预测的意义

### 第二节 市场预测的内容和种类

- 一、市场预测的内容

## <<市场调查与预测>>

### 二、市场预测的种类

#### 第三节 市场预测的方法与步骤

##### 一、预测方法

##### 二、预测步骤

#### 第四节 市场预测原理

##### 思考与练习

### 第八章 定性预测法

#### 第一节 集体经验预测法

##### 一、集合意见预测法

##### 二、专家意见预测法

#### 第二节 调研预测法

##### 一、市场测试法

##### 二、市场因子推演法

##### 三、联测法

#### 第三节 其他经验预测方法

##### 一、类推预测法

##### 二、转导法

##### 三、消费水平预测法

##### 思考与练习

### 第九章 时间序列分析预测法

#### 第一节 时间序列分析预测法概述

##### 一、时间序列分析预测法的含义

##### 二、时间序列数据的变动趋势类型

##### 三、时间序列预测法预测的步骤

#### 第二节 时间序列平均预测法

##### 一、算术平均预测法

##### 二、几何平均预测法(发展速度平均预测法)

##### 三、移动平均预测法

#### 第三节 时间序列指数平滑法

##### 一、一次指数平滑法

##### 二、二次指数平滑法

##### 三、指数平滑预测模型的选择

#### 第四节 数学趋势方程拟合预测法

##### 一、直线趋势方程拟合法

##### 二、曲线趋势方程拟合预测法

#### 第五节 季节变动趋势预测法

##### 一、无趋势变动的季节模型

##### 二、含趋势变动的季节模型

##### 思考与练习

### 第十章 回归分析预测法和马尔可夫预测法

#### 第一节 回归分析预测法

##### 一、相关关系的类型

##### 二、回归分析预测法的概念

##### 三、回归分析预测法的步骤

##### 四、回归分析预测法的类型

##### 五、回归分析预测法案例分析

##### 六、回归分析预测法总结

## <<市场调查与预测>>

### 第二节 马尔可夫预测法

- 一、马尔可夫预测法的概念
- 二、马尔可夫分析的基础原理
- 三、马尔可夫过程
- 四、转移概率和转移概率矩阵
- 五、马尔可夫预测法案例分析
- 六、对使用马尔可夫预测法的总结

思考与练习

参考文献

## <<市场调查与预测>>

### 编辑推荐

吸纳同类教材精粹，推陈出新 遴选经典本上案例，学以致用 精心制作电子教案，方便教学  
设置知识网络拓展，内容全面 配备各类精选习题，易学易用 电子教案包括每章的本章  
导读、教学重点、教学难点、授课内容、阅读文献等内容。

习题库 提供名词解释、判断题、选择题、简答题、论述题等多种形式的习题，并配有答案或分析  
要点，部分图书还提供了模拟试卷。

案例库 提供丰富的教学案例，并给出分析内容或分析提示。

专题拓展 因限于篇幅等原因不能在教材中讲授的知识点，将在网络中补充或扩展，以满足有更高  
学习要求的学生，同时也在教学内容上为教师提供了更多的选择。

<<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>