

<<市场调研与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调研与预测>>

13位ISBN编号：9787303085071

10位ISBN编号：7303085076

出版时间：2007-5

出版时间：北京师大

作者：黄丹

页数：451

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>

<<市场调研与预测>>

内容概要

本书的章节内容是根据市场调研与预测的实践需要来安排的。

作为本科生教材，这种安排可能在课时上和难度上都具有挑战性，因此，学生在学习过程中，对书中的一些内容，如计量经济模型、统计检验方法中的组合分析方法等，可作为一般性的了解。

事实上，对于本科生而言，本书的许多内容更多的是需要学生理解的相关概念和操作方法，而不是具体的推理过程。

在实际应用中，专业的软件包工具，如SPSS、SAS等，已经解决了大部分操作问题，学生们可以通过这些软件包的手册来掌握统计分析的操作与应用方法，而本书所介绍的概念和基本思想就成为使用这些手册的重要基础。

我们的教学实践证明，若缺乏这些基础理论，学生在选择分析工具时是非常盲目的，且无法对软件分析的结果作出正确的、恰如其分的解释。

<<市场调研与预测>>

书籍目录

第1篇 基础知识 第1章 市场调研与预测概述 本章结构图 本章概述 本章学习目标 本章小结 本章思考题 案例研究 东风雪铁龙凯旋新车市场调研方案 第2章 市场调研与预测方法论 本章结构图 本章概述 本章学习目标 本章小结 本章思考题 案例研究 某高校学生满意度的信度分析 第3章 调研方案设计 本章结构图 本章概述 本章学习目标 本章小结 本章思考题 案例研究 红双喜的品牌延伸调查第2篇 调研方法 第4章 访谈调研法 本章结构图 本章概述 本章学习目标 本章小结 本章思考题 案例研究 金威啤酒市场调研方案 第5章 观察调研法 本章结构图 本章概述 本章学习目标 本章小结 本章思考题 案例研究 用市场研究手段了解员工流失的真正原因 第6章 试验法 本章结构图 本章概述 本章学习目标 本章小结 本章思考题 第7章 态度测量 第8章 问卷调查第3篇 预测方法与工具 第9章 数据处理 第10章 定性预测方法 第11章 相关分析和回归分析 第12章 统计检验方法 第13章 统计分析中的误差分析 第14章 应用计量经济模型第4篇 研究报告与后续工作 第15章 调研报告的撰写与沟通 第16章 跟踪研究参考文献后记

<<市场调研与预测>>

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>