

<<图解市场调查指南>>

图书基本信息

书名：<<图解市场调查指南>>

13位ISBN编号：9787306030436

10位ISBN编号：7306030434

出版时间：2008-3

出版时间：中山大学出版社

作者：酒井隆

页数：430

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>

<<图解市场调查指南>>

前言

8年前，当我告别正在主持的中、英、美三国合作的“中国市场与媒体研究（CMMS）”年度市场调查项目。

赴日本东京大学留学时。

怎么也没想到，8年后，自己会拿着这本市场调查的译作“重返”市场调查界，与新老朋友、业界同行、在校大学生等广大读者见面。

翻译这本书源于一个非常偶然的会。

一天，未曾谋面的华南师范大学文学院编辑出版系余皓明主任找到我，希望我能去给学生们讲一堂关于媒介购买方面的课。

我说，题目是不是还可以大一点，比如关于“我国主流大众杂志受众影响力及广

<<图解市场调查指南>>

内容概要

这是一本非常适合于在大学课堂里使用的书，也是一本非常新颖的市场调查专业书。作者酒井隆先生是日本市场调查界最活跃的人物之一，该书以图解的方式讲述市场调查理论与实践，可称得上是日本科学研究“分析主义”传统和科学知识大众化的典范，高深的理论在作者笔下成了人人都能读懂的“常识”。

在本书中，几乎自始至终都采用了左页为文字，右页为图表的行文方式，不但一目了然，而且让读者读后很容易牢记在心。

<<图解市场调查指南>>

作者简介

酒井隆，日本株式会社IKUZASU代表。

1974年大阪市立大学文学部心理学科毕业后，进入株式会社市场调查社。
曾任社团法人社会开发统计研究所研究部部长。著书：

《图解商业实务事典 统计分析》、《图解问卷调查与统计分析读本》(日本能率协会管理中心：《调查 研究活动的实施方法》)、《问卷调查的实施方法》(日本经济新闻社)；《问卷设计、市场调查与统计分析实务入门》(博志)；《网络问卷的拿手方法》(中经出版)；夹页广告单活用手册》(PHP研究所)等。

<<图解市场调查指南>>

书籍目录

译者序前言上编 市场调查的实施方法 第1章 什么是市场调查 1 市场调查 2 市场营销 3 企业与市场调查的关系 4 非营利组织与市场调查的关系 5 企业的市场营销活动与调查主题举例 6 市场调查的课题探讨 7 市场调查应用举例(1)企业 8 市场调查应用举例(2)行政 9 调查部门的角色 10 市场调查手法的历史 茶歇 市场调查的概念 第2章 市场调查的种类 11 市场调查的种类 12 二手资料收集分析调查概要 13 定性调查概要 14 观察调查概要 15 实验与测试概要 16 问卷调查(定量调查) 17 固定样组调查 18 调查程序(1)调查的步骤 19 调查程序(2)调查对象的确定 20 调查程序(3)调查方法的选定 21 调查程序(4)分析方法的种类 茶歇 慢速调查与快速调查 第3章 二手资料收集分析调查 22 二手资料收集分析调查的目的 23 二手资料的种类 24 资料分析调查 25 二手数据分析调查 26 资料收集清单的制作与检索方法 27 互联网搜索的使用方法 28 互联网搜索的注意点 29 二手资料内容的确认要点 30 选定用于分析的二手资料 31 二手资料整理要点 32 二手资料分析要点 33 资料分析调查的例子 茶歇 磨练一双鉴定二手数据的火眼金睛 第4章 定性调查 34 定性调查的目的 35 小组座谈会 36 深度访谈 37 倾听调查与案例研究 38 其他的定性调查方法 39 定性调查的提问方法 40 小组座谈会的策划(1)调查对象的确定 41 小组座谈会的策划(2)提问方式的选定 42 小组座谈会的策划(3)实施日程的决定 43 小组座谈会的策划(4)调查对象募集 第5章 观察调查 第6章 实验与测试 第7章 问卷调查的种类 第8章 问卷调查的策划 第9章 问卷的设计 第10章 问卷调查的实施 第11章 调查数据的统计 第12章 报告的撰写 第13章 个人信息的保护下编 调查数据的分析 第14章 统计分析的基础 第15章 需求预测 第16章 多变量分析主要参考文献索引——中日英市场调查小词典

<<图解市场调查指南>>

章节摘录

插图：

<<图解市场调查指南>>

编辑推荐

《图解市场调查指南》：感谢译者把这本内容翔实、类似于操作手册的书带进中国的大学校园，也带给中国的市场调查业。

在这个奉行“师傅领进门，修行在个人”的领域，这本《图解市场调查指南》不仅对在校学生有教学作用，更可以成为非市场研究专业毕业而从事本业人员的必读书。

——陈若愚 央视市场研究股份有限公司（CTR）总裁 拜读了译者翻译的酒井隆先生的大作《图解市场调查指南》后，感到很惊喜。

可以说，这是一部“以学习者为本”的教材。

该书用极其清晰明了的文字图表、示例和问答等方式，深入浅出、全面系统地讲述了有关市场调查的各种方法。

当我几乎是一口气看完这本4。

。多页的大部头时，竟然感觉轻松愉快，似乎刚看完了一部日本式的操作手册。

利用这部“指南”，相信一般读者几乎都可以“照猫画虎”地学会怎样进行市场调查。

我和译者有同感，这部“指南”确实让我感受到了日本式的“细致”和“体贴”。

感谢译者为我们带来了这本难得的好书。

相信这部“指南”也会像在日本那样，受到中国读者的广泛欢迎。

——柯惠新 中国市场研究协会第一、第二届会长 中国传媒大学新闻传播学院教授、博士生导师

。《图解市场调查指南》所具有的操作性与对市场研究的细微之处的把握，在市场研究的著作中是鲜见的。

一直以来，欧美教材与著作是国内市场研究人士的主要参考书，而日本著作的精细视角很少在国内出现，《图解市场调查指南》具有填补空白性质。

书中非常多的对市场研究的理解、解读、论断、体验与经验可以与国内市场研究界人士分享，值得庆幸。

我认为《图解市场调查指南》是市场研究人士必读书之一。

——刘德寰 中国市场研究协会会长、北京大学新闻与传播学院教授 这是一本荟萃了市场调查分析精华的书，将促进中国企业全球化活动的展开。

——伊藤 刚 日本明治大学政治经济学部教授 这是市场营销人员的案头之书！

要对日新月异的中国市场、消费者进行分析，必须具备正确的市场调查知识。

《图解市场调查指南》一改以往主流教科书的解说书形式，是一本面向市场营销实务人员的工具书

。《图解市场调查指南》的特点：全面——从调查设计到分析手法，市场调查基础知识仅此一书足矣

。简洁——通过书中提纲挈领的解说，可以迅速抓到市场调查的关键。

实用——满足活跃于商务第一线人士的实务工作的需要。谨向所有从事市场营销的人士进行推荐！

——冈崎 茂生 北京电通广告有限公司企划战略部本部长、首席品牌顾问

<<图解市场调查指南>>

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>