

<<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：9787504645920

10位ISBN编号：7504645923

出版时间：2007-1

出版时间：中国科学技术出版社

作者：张礼国

页数：188

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

市场调查是整个市场营销活动不可逾越的起点，是推动经济发展、提供决策依据、增强企业竞争力的重要手段。

本书重点介绍了市场调查知识，并以市场调查的动作为主线，科学、系统地阐述了市场调查的基本概念、主要原理、实用方法。

主要内容包括：市场调查的概念、作用、内容、伦理与特点，市场调查的原则和步骤，调查计划的制订，资料收集的文字调查法与实地调查法，抽样设计，问卷设计，资料统计分析的基本方法，市场调查报告的撰写及市场预测基本知识。

书中引证了大量精彩、实用的案例，设置了实训项目，大增强了本书的实践性与可操作性。

本书可作为工商管理类各专业高职学生课程教材，也可作为公司管理决策人士、营销开发人员以及市场调查公司从业人员的培训教材和业务指南。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 市场调查的概念和作用 第二节 市场调查的内容 第三节 市场调查伦理和特点
第二章 市场调查的原则与步骤 第一节 市场调查的原则 第二节 市场调查的步骤
第三章 市场调查的方法 第一节 方案调查法 第二节 实地调查法 第三节 网上调查
第四章 抽样设计 第一节 抽样的概念及特点 第二节 抽样原则 第三节 抽样方法
第五章 问卷设计 第一节 问卷的基本结构 第二节 问题的种类 第三节 问卷设计的程序 第四节 问卷设计的技巧和注意事项
第六章 调查数据处理与分析 第一节 调查数据的处理程序与方法 第二节 调查数据统计分析的基本方法
第七章 市场调查报告的撰写 第一节 市场调查报告的类型及基本结构 第二节 市场调查报告的写作技巧和注意事项
第八章 市场预测基本知识 第一节 市场预测的意义与过程 第二节 市场预测的方法与基本要求
附录参考文献

<<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>