

<<市场分析>>

图书基本信息

书名：<<市场分析>>

13位ISBN编号：9787505827196

10位ISBN编号：7505827197

出版时间：2001-11

出版时间：经济科学出版社

作者：杜吉泽，程钧谟 主编

页数：741

字数：630000

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>

<<市场分析>>

内容概要

本书系统介绍了市场分析的基本内容，包括市场基础理论、市场调查和市场预测的方法、数据分析与处理、市场技术与宏观分析方法、不同类型的市场的特点及其分析方法。

与其他介绍市场分析理论的书相比较，本书主要有以下几个方面的特点：一是内容更全面，即尽可能一面地介绍市场分析所涉及的内容；二是分析方法具有更强的可操作性，即在介绍有关分析方法时，结合大量的实例进行说明，使读者更容易理解；三是新颖性，在编写本书的过程中，编者吸收了许多市场分析的最新成果；四是突出定量分析方法的应用，注意定量方法在市场分析中的作用；五是加强了与其他学科理论的交叉联系。

本书可作为高等学校经济管理类专业的专业课教材，也可供社会读者阅读。

<<市场分析>>

书籍目录

第一篇 总论第一章 市场分析导论第一节 市场分析的研究对象和内容第二节 市场分析的研究方法第三节 市场分析在企业经营管理决策中的作用第二章 市场概述 第一节 市场与市场类型 第二节 市场细分第三节 目标市场选择第二篇 市场基础理论篇第三章 市场调查 第一节 市场调查概述 第二节 市场调查的基本方法 第三节 问卷设计 第四节 市场调查报告的撰写第四章 数据资料的分析与整理第一节 数据资料分析与整理的内容及步骤第二节 数据资料的审核分析第三节 数据资料的整理方法（I）——实地调查资料整理第四节 数据资料的整理方法（II）——方案调查资料整理第五章 市场预测 第一节 市场预测概述 第二节 定性预测法 第三节 时间序列预测法 第四节 线性回归模型预测法 第五节 非线性回归模型预测法 第六节 灰色系统模型预测法 第七节 马尔可夫预测基本第三篇 市场技术分析篇第六章 消费者购买行为分析 第一节 消费者购买行为的理论 第二节 消费者购买行为类型与购买过程 第三节 消费者购买行为分析第七章 产品分析 第一节 产品分析的基本指标 第二节 市场占有率分析 第三节 产品用户分析 第四节 产品价格分析 第五节 产品广告分析 第六节 新产品开发可行性分析 第七节 产品定位分析 第八节 产品生命周期分析第八章 营销管理分析第四篇 市场宏观分析篇第九章 宏观环境因素分析第十章 国内市场分析第十一章 国际市场分析第五篇 市场类型分析篇第六篇 金融市场分析篇

<<市场分析>>

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>