

<<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：9787512306509

10位ISBN编号：7512306504

出版时间：2010-9

出版时间：中国电力出版社

作者：殷博益 编

页数：405

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

本书是新一轮21世纪高等学校规划教材。

本书比较全面和系统地阐述了市场调查与预测的基本理论和方法，全书共分三篇、十二章。

第一篇，市场调查与预测的基本理论，包括概论、市场调查与预测的信息系统和科学化、市场调查与预测的策划；第二篇，市场调查的方法和技术，包括市场调查方法、抽样调查技术、问卷设计技术、态度测量技术、数据分析技术；第三篇，市场预测的原理和模型，包括市场预测概述、时间序列分析预测、因果分析预测法、经济计量模型预测。

本书的特点是借鉴和吸收了国内外市场调查与预测的最新研究成果，既有理论性阐述，又有较强的实用性和可操作性，结构新颖，内容全面。

书中还介绍了数据分析软件SPSS在市场调查与预测中的应用。

本书主要作为普通高等教育经济管理类专业本科教材，也可作为相应专业高职高专教材以及非经济管理类本、专科选修课教材，还可作为企业经营决策和营销管理人员的参考读物。

## &lt;&lt;市场调查与预测&gt;&gt;

## 书籍目录

出版说明前言第一篇 市场调查与预测的基本理论 第一章 概论 第一节 市场调查与预测的学科特点 第二节 市场调查与预测的分类和内容 第三节 市场调查与预测的产生和发展 小结 习题 第二章 市场调查与预测信息系统和科学化 第一节 市场信息 第二节 企业市场营销的信息需求 第三节 市场营销信息系统 第四节 市场调查与预测信息系统 第五节 市场调查与预测的功能和地位 第六节 市场调查与预测的科学化 小结 习题 第三章 市场调查与预测的策划 第一节 市场调查与预测的过程 第二节 市场调查与预测设计 第三节 市场调查与预测主题界定 第四节 样本设计 第五节 市场调查与预测策划报告及其完善 第六节 市场调查与预测组织策划 小结 习题 第二篇 市场调查的方法和技术 第四章 市场调查方法 第一节 市场调查资料的来源 第二节 文案调查法 第三节 焦点小组访谈法 第四节 深层访谈法 第五节 投影技法 第六节 访问调查法 第七节 观察调查法 第八节 实验调查法 小结 习题 第五章 抽样调查技术 第一节 抽样调查的一般理论 第二节 抽样调查技术的类别及特点 第三节 随机抽样技术及其应用 第四节 抽样调查技术的运用 小结 习题 第六章 问卷设计技术 第一节 问卷设计概述 第二节 问卷设计的原则与程序 第三节 问句设计技术 第四节 编码的设计 小结 习题 第七章 态度测量技术 第一节 态度测量的含义与类型 第二节 测量的信度与效度 第三节 态度测量的方法 第四节 态度评定的方法 小结 习题 第八章 数据分析技术 第一节 数据分析的概念 第二节 交叉列表分析 第三节 数据资料的概括技术 第四节 动态分析技术 第五节 统计检验分析 第六节 数据分析软件SPSS的应用 第七节 数据处理的数理统计方法 小结 习题 第三篇 市场预测的原理和模型 第九章 市场预测概述 第一节 市场预测原理 第二节 市场预测方法 第三节 预测精确性与预测模型评价分析 第四节 非模型预测技术 小结 习题 第十章 时间序列分析预测 第一节 时间序列分析预测概述 第二节 平均数预测法 第三节 指数平滑预测法 第四节 趋势外推预测法 第五节 季节指数预测法 小结 习题 第十一章 因果分析预测 第一节 因果分析预测概述 第二节 回归分析预测模型 第三节 马尔柯夫预测模型 小结 习题 第十二章 经济计量模型预测 第一节 经济计量模型预测概述 第二节 投入产出分析预测 第三节 弹性系数预测方法 小结 习题 附录A 随机数表附录B 标准正态分布概率表附录C 相关系数临界值表附录D t分布表附录E F分布表附录F D·w检验临界值表(一)附录G D·W检验临界值表(二)参考文献教学建议

<<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>