

<<市场调查实务>>

图书基本信息

书名：<<市场调查实务>>

13位ISBN编号：9787801810151

10位ISBN编号：7801810155

出版时间：2002-8

出版时间：中国对外经济贸易出版社

作者：郑丹

页数：292

字数：248000

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>

<<市场调查实务>>

内容概要

《市场调查实务》是作者根据多年教学、实践心得、借鉴国内外有关书籍、论点等编写的一一教材，在强调对市场调查理论全面、系统介绍并考虑最新发展的同时，融合了大量的市场调查实务、案例，使得读者能清晰地把握市场调查工作的脉搏并能融会贯通。本书适合于各类财经院校及相关专业的本科、专科教学使用，以及各类职业经理人在职培训或自学使用，也适合市场调查、广告及咨询行业的从业人员使用。

<<市场调查实务>>

作者简介

郑丹，南开大学市场营销系博士，现任教于青岛大学市场学系，副教授。

长期从事市场营销的教学、研究工作，主要侧重营销策划、市场调查等方面在教学、研究的同时，主持过多家大型国有企业、合资企业、民营企业的营销策划和市场调研、并根据实践心得完成多篇论文、书籍。

<<市场调查实务>>

书籍目录

第一章 市场调查概论 第一节 市场调查的概念和意义 第二节 国内外市场调查状况 第三节 市场调查的分类 第四节 调查调查公司 第五节 《关于市场和社会研究的国际准则》第二章 市场调查方法 第一节 探索性研究、描述性研究和因果关系研究 第二节 二手资料分析(文案调查法) 第三节 小组座谈法 第四节 深层访谈法 第五节 德尔菲法 第六节 投影技法 第七节 电话调查 第八节 面访调查 第九节 邮寄调查 第十节 在线调查 第十一节 观察法 第十二节 实验法 第十三节 各种调查方法的比较第三章 定量调查需要的统计学知识 第一节 描述性统计 第二节 置信区间 第三节 假设检验 第四节 回归分析 第五节 相关分析和方差分析 第六节 聚类分析、判别分析和因子分析 第七节 结合分析 第八节 多维图示分析技术第四章 设计调查方案、描样及问卷 第一节 设计调查方案 第二节 描样和误差的基本概念 第三节 常用抽样技术 第四节 样本量、抽样方案的确定 第五节 问卷及问卷设计 第六节 问卷设计技巧 第七节 确定调查量表第五章 市场调查的现场实施第六章 调查数据处理参考书目附录：访问员基本协议

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>