

<<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：9787810828284

10位ISBN编号：7810828282

出版时间：2006-9

出版时间：北方交通大学出版社

作者：王若军 编

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

本书是针对高职高专院校市场营销、电子商务等经济管理类专业编写的。

全书共9章，分原理篇、实务篇。

原理篇包括：市场调查与预测概论、市场调查的基本方法、市场调查资料处理、调查报告的撰写及使用、市场预测的基本方法；实务篇包括市场分析及企业竞争调研、消费者及消费市场调研、零售业调研、广告及媒体调研。

每章附有学习目标、阅读资料、练习题、实训题以及案例或附录。

本书除作为高职高专院校经济管理类专业的教材之外，也适合企业市场调查人员培训之用。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

原理篇	第1章 市场调查与预测概论	1.1 市场调查与预测的概述	1.1.1 市场调查	1.1.2 市场预测	1.1.3 市场调查与预测的原则	1.1.4 市场调查与预测的作用	1.2 市场调查与预测的关系与发展	1.2.1 市场调查与预测的关系	1.2.2 市场调查与预测的发展	1.3 市场调查与预测人员及机构	1.3.1 市场调查与预测的人员	1.3.2 市场调查与预测的机构	1.3.3 市场调查与预测机构的选择	1.4 市场调查与预测方案的设计	1.4.1 市场调查与预测方案设计的概念	1.4.2 市场调查与预测方案的内容	1.4.3 市场调查与预测方案的评价	练习题	实训题	学习资料				
	第2章 市场调查的基本方法	2.1 抽样调查技术	2.1.1 样本设计的基本概念	2.1.2 抽样调查的步骤	2.1.3 抽样调查的分类及特点	2.1.4 各种抽样方法的具体应用	2.2 问卷调查	2.2.1 问卷调查法及优缺点	2.2.2 问卷调查的类型	2.2.3 问卷的基本结构	2.2.4 优秀问卷的标准	2.2.5 问卷设计的过程	2.3 态度测量	2.3.1 态度测量的基本概念	2.3.2 常用的态度测量表类型	2.3.3 态度测量的方法	2.4 实地调查	2.4.1 询问法	2.4.2 观察法	2.4.3 实验法	练习题	实训题	学习资料	
	第3章 市场调查资料处理	3.1 资料处理概述	3.1.1 资料处理的含义	3.1.2 资料处理的意义	3.1.3 资料处理的基本条件	3.2 市场调查资料的整理	3.2.1 调查问卷的整理	3.2.2 二手资料的整理	3.2.3 数据的整理	3.3 市场调查资料的分析	3.3.1 统计分析	3.3.2 常用统计分析软件	3.3.3 定性分析	练习题	实训题	案例	第4章 调查报告的撰写与使用	4.1 调查报告的结构	4.1.1 调查报告的特点.....	第5章 市场预测的基本方法实务篇	第6章 市场分析及企业竞争调研	第7章 消费者及消费市场调研	第8章 零售业调研	第9章 广告及媒体调研参考文献

<<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>