

<<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：9787811136326

10位ISBN编号：7811136325

出版时间：2009-7

出版时间：湖南大学出版社

作者：廖进球，李志强 主编

页数：282

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

本书依据应用型本科人才培养目标、知识结构和能力要求编写而成。

全书以市场调查过程为主线,系统、深入浅出地阐述了市场调查与预测的基本概念、基本原理,着重介绍市场调查与预测的基本方法、技巧以及国内外最新市场调查与预测技术,主要内容包括:市场调查概述、市场调查过程、抽样设计、问卷设计、测量设计、市场调查数据的搜集方法、市场调查数据的整理、市场调查统计分析方法、市场预测方法等。

本书可作为普通高等学校经济管理类专业市场调查与预测课程的教学用书,也可作为市场营销从业人员的参考用书。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第1章 绪论 学习目的与要求 开篇案例 第一节 市场调查的意义 第二节 市场调查与市场预测概述 第三节 市场调查与市场预测的方法论基础 本章小结 复习思考 案例分析第2章 市场调查与市场预测的组织和执行 学习目的与要求 开篇案例 第一节 市场调查机构和企业内部市场调查部门的设置 第二节 市场调查的组织方式分类 第三节 市场调查与市场预测的步骤 本章小结 复习思考 案例分析第3章 市场调查方案设计概论 学习目的与要求 开篇案例 第一节 市场调查方案策划概述 第二节 市场调查方案的内容和市场调查方案的撰写 第三节 市场调查方案的可行性分析与总体评价 本章小结 复习思考 案例分析第4章 市场调查问卷设计与测量量表 学习目的与要求 开篇案例 第一节 市场调查问卷设计表概述 第二节 市场调查问卷设计表的结构与内容 第三节 市场调查问卷设计表的设计原则及步骤 第四节 测量尺度 第五节 态度测量量表的分类及设计 本章小结 复习思考 案例分析第5章 市场调查方法 学习目的与要求 开篇案例 第一节 文案调查法 第二节 定量调查法(上)——访问法 第三节 定量调查法(下)——观察法和实验法 第四节 定性调查法 本章小结 复习思考 案例分析第6章 抽样设计 学习目的与要求 开篇案例 第一节 抽样调查的基本概念 第二节 随机抽样技术 第三节 非随机抽样技术 第四节 抽样调查中的误差 第五节 样本容量的确定 本章小结 复习思考 案例分析第7章 市场调查数据的整理分析 学习目的与要求 开篇案例 第一节 调查数据编码和录入 第二节 调查数据的统计预处理 第三节 调查数据的描述统计分析 第四节 市场调查报告的撰写 本章小结 复习思考 案例分析第8章 市场预测原理 学习目的与要求 开篇案例 第一节 市场预测概述 第二节 市场预测的要求与原则 第三节 市场预测程序 本章小结 复习思考 案例分析第9章 定性预测方法 学习目的与要求 开篇案例 第一节 定性预测方法概述 第二节 定性预测方法技术 本章小结 复习思考 案例分析第10章 时间序列分析预测法 学习目的与要求 开篇案例 第一节 时间序列预测概述 第二节 移动平均法 第三节 指数平滑法 第四节 季节指数法 本章小结 复习思考 案例分析第11章 回归分析预测法 学习目的与要求 开篇案例 第一节 回归分析预测概述 第二节 一元线性回归预测分析 第三节 多元线性回归预测分析 本章小结 复习思考 案例分析参考文献 后记

<<市场调查与预测>>

编辑推荐

《市场调查与预测》系统地阐述了市场调查与预测的基本概念、基本原理，着重介绍了市场调查与预测的基本方法、技巧以及国内外最新市场调查与预测技术，并突出了案例教学。各章以精致案例导入，呼应全章核心知识点，融理论应用性、趣味性为一体，使读者在易于理解基本的系统理论知识的基础上，更好地掌握其方法的应用和操作。全书分十一章，内容包括：绪论、市场调查基本原理、调查方案设计、市场调查方式和方法、市场预测概述、定性预测方法、时间序列预测法、回归分析预测法等。

<<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>