

<<市场营销调研>>

图书基本信息

书名：<<市场营销调研>>

13位ISBN编号：9787811223859

10位ISBN编号：7811223856

出版时间：2008-6

出版时间：胡介坝 东北财经大学出版社 (2008-06出版)

作者：胡介坝

页数：289

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>

<<市场营销调研>>

内容概要

本教材不仅讨论调研中所需要的各种方法，而且，更着重于各种调研方法的应用背景和应用技巧的研究。

同时，本教材还包括对企业营销策略的调研分析，以保证企业的营销策略最大限度地适合于市场的环境，并根据需要对营销策略进行改进和调整。

此外，本书不仅将讨论如何获得各种有创见的营销策略和方案的方法，而且也研究评价和检测现有营销方案的有效性和效率的手段。

本书作者的教学和实训经验非常丰富，案例真实生动，坚持高起点与简明通俗相结合，国际化和本地适用性相结合，传授知识和培养学生能力及技能相结合。

通过“引例”提出问题和目标，通过“调研实践”栏目介绍理论的应用技巧，通过“知识题”、“技能题”与“能力题”三种形式，培养学生分析和解决实际问题的能力。

本书首先是为工商管理 and 经济管理专业的本科生所写的，当然也完全适合于这些专业的研究生所阅读；其次，工商企业和其他组织中从事与社会公众有关活动的人员，也能从本书中获得开展市场调研工作所需要的系统知识；最后，企业经理人员也将发现能够从本书中获得计划、组织、控制和评价市场调研工作的专业知识。

。

<<市场营销调研>>

书籍目录

第1章 绪论学习目标引例1.1 市场调研概述1.2 市场调研的类型和应用1.3 市场调研行业 1.4 市场调研中的伦理道德 本章小结主要概念基本训练第2章 市场调研的计划、组织和实施学习目标引例、2.1 市场调研过程的计划 2.2 市场调研的组织和实施 2.3 市场信息价值的评价 本章小结主要概念基本训练第3章 二手资料分析和定性调研法学习目标引例3.1 市场调研中的信息资料 3.2 市场调研中常用的二手资料 3.3 焦点群体访谈和深度访谈法 3.4 心理投射技术 本章小结主要概念基本训练第4章 原始资料的调研方法学习目标引例4.1 询问调查法 4.2 观察调查法 4.3 实验法 本章小结主要概念基本训练第5章 市场信息的度量学习目标引例5.1 市场信息度量中的基本问题 5.2 态度的度量 5.3 多维度量技术及其应用 本章小结主要概念基本训练第6章 调查问卷的设计学习目标引例6.1 调查问卷设计概论 6.2 调查问卷的问题设计 6.3 调查问卷设计中的其他问题 本章小结主要概念基本训练第7章 抽样调查和现场调查学习目标引例7.1 市场调研中的抽样调查 7.2 样本大小的确定 7.3 现场调查 本章小结主要概念基本训练第8章 资料的整理和分析.....第9章 调研结果的报告、评价和跟踪第10章 调研方法的应用：市场需求与营销战略调研第11章 调研方法的应用：产品与定价调研第12章 调研方法的应用：分销、促销与顾客满意度调研参考文献

<<市场营销调研>>

章节摘录

第1章 绪论 1.1 市场调研概述 1.1.1 市场调研的含义和功能与传统的市场调查和预测相比，现代市场调研的含义更加广泛，内容更加丰富。

传统的市场调查与预测主要只是对市场需求和竞争状况进行调查和分析，而现代市场调研除了调查分析企业外部的市场状况外，还需要对企业可能采取的各种经营策略进行分析评价，以便对决策制定提供更多的帮助。

所以，现代市场调研对企业制定决策更具有实用性和针对性。

现代企业中，市场调研活动已经贯穿于整个经营过程的始终，渗透到了企业经营的每个环节之中。

一次成功的市场调研活动通常具有三种功能：描述功能、诊断功能和预测功能。

市场调研的描述功能就是通过收集和分析有关的信息资料，为决策者描述市场、需求和竞争有关的情况，描述企业所面临的现状、问题和机遇。

一般地说，企业的管理决策人员直接接触市场和消费者的机会较少，而消费者和各类用户的欲望、需求、动机和偏好等信息对于管理决策又是必要的，市场调研的描述功能为决策者制定正确的决策提供了基础。

市场调研也是了解竞争对手行动的直接、有效的手段。

只有通过市场调研，企业决策者才能认清竞争态势，采取必要的应对办法，把握竞争的主动权。

市场调研的诊断功能则是通过对某些信息和事实的解释、分析和比较，对企业的经营状况做出评价，决定需要进一步采取的行动。

市场调研其实也是企业对于外部市场的一种监控手段。

通过市场调研，企业才能了解市场和消费者对于本企业营销策略的反应，确定自己所处的地位，辨认出问题和困难的所在，及时采取必要的措施，解决问题和困难。

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>