

<<市场调查与分析预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与分析预测>>

13位ISBN编号：9787811232288

10位ISBN编号：7811232286

出版时间：2008-3

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：张灿鹏，郭砚常 编著

页数：372

字数：600000

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>

<<市场调查与分析预测>>

内容概要

本书比较全面和系统地介绍了市场调查设计总论、市场调查技术、分析与预测技术的相关知识。全书兼顾基本理论和实际应用，引入大量鲜活的案例资料，同时配备了有针对性的思考与训练题目。附录部分列有典型案例和几种常用的统计表。

本书反映了市场调查与分析预测学科的最新发展动态，体现了作者多年的教学研究成果，编排新颖，内容精炼，深入浅出，信息量大。

本书主要适合市场营销专业及管理学科其他专业本科生教学需要，也可以较好满足相关专业研究生（包括MBA）研究方法课程的教学需要。同时，也可以作为广大企业营销管理人员专业培训的参考教材。

<<市场调查与分析预测>>

书籍目录

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|------------|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|------------------|--------------|------------|---------------|--------|--------------|-----------------|--------------|-------------|--------|------------|---------------|------------|------------|---------------|---------------------|--------|------------|---------------|--------------|-------------------|-------------------|--------|---------------|--------------|------------|------------|------------|--------|-------------|------------|----------------|------------------|--------------------|---------------|--------|----------|---------------|------------|----------|--------|----------|----------------|----------|----------|--------|---------------|--------|-------------|-----------------|---------|--------------|----------------|-----------|-------------|--------|-----------|---------|------------------|---------------------|-----------------|--------|-------------|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------------|--------|-------------|-----------------|------------|------------|-------------|------------|--------|-------------|----------------|---------------|------------|------------|------------|------------|--------|-------------|-------------|---------------|---------------|--------------|--------|----|----------|----------------------|-------------------|-------------|
| 第1篇 市场调查设计总论 | 第1章 市场调研职能 | 1.1 市场调研及其基本分类 | 1.2 市场调研的功能与价值 | 1.3 市场调研的局限 | 1.4 市场调研的历史与现状 | 思考与训练题 | 第2章 市场调研主体、客体与过程 | 2.1 市场调研活动主体 | 2.2 市场调查客体 | 2.3 市场调研的一般过程 | 思考与训练题 | 第3章 调查误差及其控制 | 3.1 对调查结果的认识与评估 | 3.2 调查误差及其构成 | 3.3 调查误差的控制 | 思考与训练题 | 第4章 调查设计概论 | 4.1 市场调研的管理过程 | 4.2 调研设计框架 | 4.3 明确调研问题 | 4.4 调研目标的系统陈述 | 4.5 确定调研问题与目标陈述综合案例 | 思考与训练题 | 第2篇 市场调查技术 | 第5章 数据收集方法(上) | 5.1 数据收集方法分类 | 5.2 二手数据的收集——文案调查 | 5.3 定性数据的收集——定性调研 | 思考与训练题 | 第6章 数据收集方法(下) | 6.1 定量调研方法概述 | 6.2 询问调查方法 | 6.3 观测调查方法 | 6.4 实验调查方法 | 思考与训练题 | 第7章 测量与问卷设计 | 7.1 测量及其程序 | 7.2 测量量表的分类及应用 | 7.3 评估测量的可靠性和有效性 | 7.4 调查问卷的一般要求与开发过程 | 7.5 调查问卷的设计开发 | 思考与训练题 | 第8章 抽样设计 | 8.1 抽样调查与抽样设计 | 8.2 制定抽样框架 | 8.3 抽样方法 | 思考与训练题 | 第9章 数据处理 | 9.1 数据处理及其一般程序 | 9.2 数据编码 | 9.3 详细审核 | 9.4 插补 | 9.5 离群值的检测和处理 | 思考与训练题 | 第3篇 分析与预测技术 | 第10章 抽样估计与样本量确定 | 10.1 引言 | 10.2 加权及权数调整 | 10.3 抽样分布与抽样误差 | 10.4 参数估计 | 10.5 样本量的确定 | 思考与训练题 | 第11章 数据分析 | 11.1 引言 | 11.2 单变量数据的描述性分析 | 11.3 双变量及多变量数据的描述分析 | 11.4 多变量数据的深度分析 | 思考与训练题 | 第12章 市场预测概论 | 12.1 市场预测的概念 | 12.2 市场预测的内容 | 12.3 市场预测的基本原理 | 12.4 市场预测的步骤 | 12.5 市场预测的活动形式及方法体系 | 思考与训练题 | 第13章 判断分析预测 | 13.1 判断分析预测方法概述 | 13.2 调研预测法 | 13.3 专家预测法 | 13.4 类推预测方法 | 13.5 预警分析法 | 思考与训练题 | 第14章 时间序列分析 | 14.1 时间序列分析法概述 | 14.2 简单的平均值预测 | 14.3 移动平均法 | 14.4 指数平滑法 | 14.5 季节指数法 | 14.6 趋势延伸法 | 思考与训练题 | 第15章 回归分析预测 | 15.1 回归分析概述 | 15.2 一元线性回归分析 | 15.3 多元线性回归分析 | 15.4 非线性回归分析 | 思考与训练题 | 附录 | 附录A 典型案例 | A.1 中国互联网络信息资源数量调查方案 | A.2 CNNI 网上用户调查问卷 | 附录B 统计表参考文献 |
|--------------|------------|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|------------------|--------------|------------|---------------|--------|--------------|-----------------|--------------|-------------|--------|------------|---------------|------------|------------|---------------|---------------------|--------|------------|---------------|--------------|-------------------|-------------------|--------|---------------|--------------|------------|------------|------------|--------|-------------|------------|----------------|------------------|--------------------|---------------|--------|----------|---------------|------------|----------|--------|----------|----------------|----------|----------|--------|---------------|--------|-------------|-----------------|---------|--------------|----------------|-----------|-------------|--------|-----------|---------|------------------|---------------------|-----------------|--------|-------------|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------------|--------|-------------|-----------------|------------|------------|-------------|------------|--------|-------------|----------------|---------------|------------|------------|------------|------------|--------|-------------|-------------|---------------|---------------|--------------|--------|----|----------|----------------------|-------------------|-------------|

<<市场调查与分析预测>>

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>