

<<市场调研与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调研与预测>>

13位ISBN编号：9787030142658

10位ISBN编号：7030142659

出版时间：2004-8

出版时间：科学出版社

作者：徐井岗

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>

<<市场调研与预测>>

内容概要

市场营销工作从调查研究开始，正确的市场决策有赖于准确的市场调研和科学的市场预测。这本由徐井岗主编的《市场调研与预测》从界定调研课题到制定调研方案，从确定调研样本到实施调研到写出调研报告，从定性分析预测到定量分析预测到最后写出市场预测报告，进行了市场调研和预测全程的阐述与介绍。

本书重点不在阐述理论，而是实务运作，主要说明市场调查研究的一般原理、操作程序、抽样技术、调查方法、统计整理、定性分析、定量分析，以及市场预测的一般原理、时间序列分析预测方法、相关回归分析预测方法。同时对调研报告、预测报告的制作也作了具体的介绍。全书注重实用性，可操作的指导性。

本书主要适合管理与营销类本专科生使用，也可作为企业培训管理和营销人员的教材，作为管理与营销人员的市场调研与预测工作的指导用书。

<<市场调研与预测>>

书籍目录

第1章 市场调研与预测概述

- 1.1 市场调研与预测的涵义与特点
 - 1.1.1 市场调研与预测的涵义
 - 1.1.2 市场调研与预测的特点
 - 1.2 市场调研与预测的类型和程序
 - 1.2.1 市场调研与预测的类型
 - 1.2.2 市场调研与预测的程序
 - 1.3 市场调研与预测的内容及作用
 - 1.3.1 市场调研与预测的内容
 - 1.3.2 市场调研与预测的作用
- 习题

第2章 市场调研与预测基础

- 2.1 市场调研与预测的基本原理
 - 2.1.1 市场调研与预测作用于营销的原理
 - 2.1.2 市场调研与预测促进企业成长的原理
 - 2.2 市场调研与预测的基础工作
 - 2.2.1 界定调研与预测的问题
 - 2.2.2 市场调研方案的设计
 - 2.3 市场调研人员的管理
 - 2.3.1 市场调研人员的条件和责任
 - 2.3.2 市场调查人员的监控管理
- 习题

第3章 市场调研的抽样技术

- 3.1 抽样技术的概述及基本概念
 - 3.1.1 总体抽样框
 - 3.1.2 样本容量的大小
 - 3.1.3 代表性误差及其测定
 - 3.2 概率抽样技术
 - 3.2.1 单纯概率抽样
 - 3.2.2 等距离抽样技术
 - 3.3 分层抽样技术
 - 3.3.1 分层抽样技术概述
 - 3.3.2 分层比率抽样法
 - 3.3.3 分层最佳抽样法
 - 3.4 整群抽样技术
 - 3.4.1 整群抽样技术概述
 - 3.4.2 整群抽样的原理和操作过程
 - 3.5 非概率抽样技术
 - 3.5.1 非概率抽样概述
 - 3.5.2 非概率抽样方法
- 习题

第4章 文案调研与问卷调研法

<<市场调研与预测>>

4.1 文案调研法

- 4.1.1 文案调研法的涵义与作用
 - 4.1.2 文案调研法的步骤与文献收集原则
 - 4.1.3 文献资料查找的一般方法
 - 4.1.4 文案调研法的评价
 - 4.2 问卷调研法
 - 4.2.1 问卷调研法概述
 - 4.2.2 问卷的一般结构
 - 4.2.3 问卷类型及问题设计要求
- 习题

第5章 实地访问调查研究法

- 5.1 面谈访问调研法
 - 5.1.1 面访调研法概述
 - 5.1.2 面谈访问的访问技巧
 - 5.2 媒介访问调研法
 - 5.2.1 电话访问调研法
 - 5.2.2 新闻媒介调研法
 - 5.2.3 网络调研方法
 - 5.3 书面访问调研法
 - 5.3.1 邮寄调查
 - 5.3.2 发表调查
 - 5.3.3 留置调查研究法
 - 5.3.4 日记调查研究法
- 习题

第6章 观察调研与实验调研法

- 6.1 观察调研法
 - 6.1.1 观察调研法概述
 - 6.1.2 观察调研法的方式及应用
 - 6.2 实验调研法
 - 6.2.1 实验调研法概述
 - 6.2.2 实验调研法的设计
- 习题

第7章 调查资料的统计分析

- 7.1 调查资料的整理统计
 - 7.1.1 调查资料的整合
 - 7.1.2 调查资料的整理
 - 7.2 调查资料审核与信效度分析
 - 7.2.1 调查资料的审核
 - 7.2.2 调查资料的信度效度分析
 - 7.3 描述性统计分析
 - 7.3.1 统计图制作与统计图描述分析
 - 7.3.2 数据的分布分析与相对分析
 - 7.3.3 数据的集中量数分析与离中量数分析
- 习题

<<市场调研与预测>>

第8章 市场调研报告的写作

- 8.1 市场调研报告写作的基础
 - 8.1.1 市场调研报告概念和特点
 - 8.1.2 市场调研报告材料分析
 - 8.1.3 市场调研报告的写作程序
 - 8.2 市场调研报告写作借鉴与示例
 - 8.2.1 市场调研报告写作借鉴
 - 8.2.2 市场调研报告写作示例
 - 8.3 市场调研报告的结构与行文
 - 8.3.1 市场调研报告结构的内容
 - 8.3.2 市场调研报告行文与要求
 - 8.4 市场调研报告语言的表达
 - 8.4.1 市场调研报告的语言要得体
 - 8.4.2 市场调研报告语言表达技法
- 习题

第9章 定性分析预测方法

- 9.1 定性预测概述与图形预测法
 - 9.1.1 定性分析预测概述
 - 9.1.2 SwOT分析法
 - 9.1.3 波士顿矩阵分析法
 - 9.2 专家意见市场预测法
 - 9.2.1 专家评估法
 - 9.2.2 列举预测法
 - 9.3 判断市场预测法
 - 9.3.1 主观概率法
 - 9.3.2 思维判断法
 - 9.3.3 指标判断法
 - 9.4 理论分析市场预测法
 - 9.4.1 分析和综合
 - 9.4.2 归纳和演绎
 - 9.4.3 抽象和具体
- 习题

第10章 时间序列分析预测方法

- 10.1 定量预测法概述与时间预测法概述
 - 10.1.1 定量预测方法概述
 - 10.1.2 时间序列预测法概述
- 10.2 移动平均预测法
 - 10.2.1 算术平均数法
 - 10.2.2 简单移动平均数法
 - 10.2.3 加权移动平均预测
- 10.3 指数平滑预测法
 - 10.3.1 简单指数平滑
 - 10.3.2 布朗线性指数平滑
 - 10.3.3 三次指数平滑

<<市场调研与预测>>

10.4 马尔可夫预测法与季节分析预测法

10.4.1 马尔可夫预测法

10.4.2 季节分析预测法

习题

第11章 相关回归分析市场预测法

11.1 相关回归分析概述及一元相关回归分析

11.1.1 相关回归分析市场预测法的基本原理

11.1.2 一元线性相关回归分析市场预测法

11.2 多元线性相关回归分析市场预测法

11.2.1 多元线性相关回归模型

11.2.2 二元线性相关回归模型

11.2.3 三元线性相关回归模型

11.3 非线性回归分析与自相关回归分析

11.3.1 非线性回归分析市场预测法

11.3.2 自相关回归分析市场预测法

习题

第12章 市场预测报告的写作

12.1 市场预测报告写作的基础

12.1.1 市场预测报告的概念与特点

12.1.2 市场预测报告的类型和作用

12.2 预测报告的行文与举例

12.2.1 市场预测报告的行文

12.2.2 市场预测报告写作示例

12.3 市场调研报告和市场预测报告

12.3.1 市场调研报告与市场预测报告的区别

12.3.2 市场调研与市场预测合一的报告书

习题

附录

主要参考文献

<<市场调研与预测>>

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>