

<<市场调查方法与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场调查方法与实务>>

13位ISBN编号：9787030207531

10位ISBN编号：703020753X

出版时间：2007-12

出版时间：科学

作者：杨凤荣 编

页数：353

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>

<<市场调查方法与实务>>

内容概要

本书以市场调查的运作过程为主线，系统地介绍了市场调查的基本原理以及各种方法在实践中的操作运用技巧，同时对国外市场调查的前沿理论与调查技术的新发展做了适当的介绍。

内容包括：市场调查概述、组织机构和人员、运作程序、调查策划、抽样设计、问卷设计、第二手资料和原始资料的采集方法、调查资料的预处理与描述、调查资料的各种统计分析方法、市场调查报告的撰写等。

每章文前有学习目标，文后有思考练习题，多章文后还有案例分析、补充阅读材料，书末有自测题，供复习巩固用。

本书既可作为高等院校本科、专科教材或教学参考书，也可作为高等职业教育财经类专业本科、专科的试用教材或教学参考书，还可供广大企业营销管理人员阅读。

<<市场调查方法与实务>>

书籍目录

前言第一章 市场调查概述 第一节 市场营销信息系统 第二节 市场调查的概念和作用 第三节 市场调查的原则和范围 第四节 市场调查的方法 第五节 市场调查的历史沿革和发展趋势 思考练习题
案例分析 新可口可乐；调研失误第二章 市场调查机构 第一节 市场调查机构的类型 第二节 市场调查机构的职能部门和人员 第三节 专业市场调查公司的选择 思考练习题 案例分析 辛迪加信息服务 补充阅读材料 AC尼尔森在中国如何做市场研究第三章 市场调查策划 第一节 市场调查的程序 第二节 市场调查课题的确定 第三节 市场调查项目计划书 思考练习题 补充阅读材料1 金芦荟口服液广告效果调查方案 补充阅读材料2 S市WD仓储式购物中心可行性调研策划书 补充阅读材料3 市场调查项目合同书第四章 文案调查法 第一节 二手资料的特点和意义 第二节 二手资料的来源 第三节 文案调查的程序 思考练习题 案例分析 日本企业的情报触角第五章 抽样设计 第一节 抽样设计的基本概念 第二节 抽样的基本方法 第三节 样本量的确定 第四节 抽样实施 第五节 抽样误差的控制 思考练习题 补充阅读材料 某地卷烟消费市场调查抽样方案第六章 问卷设计 第一节 问卷的含义和基本结构 第二节 问卷设计的程序 第三节 问卷设计的技巧 第四节 态度测量技术 思考练习题 案例分析 2005届毕业生就业状况调查问卷第七章 访谈调查法第八章 观察调查法第九章 实验调查法第十章 调查资料的整理第十一章 调查资料的统计分析第十二章 市场调查报告的撰写主要参考文献附录A 自测题 A1 自测题一 A2 自测题二 A3 自测题三附录B 常用统计表 B1 正态分布概率表 B2 t分布临界值表 B3 x²分布临界值表 B4 F分布临界值表

<<市场调查方法与实务>>

章节摘录

第一章 市场调查概述 三、市场营销信息系统及其构成 (一) 建立市场营销信息系统的意义 企业的市场营销过程, 实际上是一个信息处理过程。

在企业的市场营销活动中, 客观上存在对信息的收集、加工、储存、使用等活动。

特别是在市场经济条件下, 市场营销活动的内容越来越复杂, 与外部环境的联系越来越广泛, 企业为了在激烈的市场竞争中获胜, 对市场信息的依赖性日益加强。

随着信息时代的到来, 信息量激增, 企业对市场信息的识别、收集、加工和应用的要求日益加大。

在这种情况下, 依据传统的、由各部门各自为政的、以手工为主的对市场信息进行收集、加工处理和使用的做法已远不能适应企业的需要。

同时, 数量很多的信息接受者和使用者, 分别从数量更多的市场信息源去收集各种市场信息, 很不经济, 造成社会劳动的极大浪费。

由于各个市场信息接受者和使用者的业务能力、认识水平、加工方法、目标要求不一样, 必然造成重复、脱节, 甚至不统一等问题, 这与现代市场营销管理所要求的高效、快速、统一协调等原则很难符合。

因此, 需要建立相应的市场营销信息系统, 以满足企业对信息的需要。

建立市场营销信息系统后, 市场信息源与市场信息的接受者和使用者之间, 由该系统作为中介, 此时, 由市场营销信息系统统一对市场信息进行收集、加工处理, 可以大大提高信息的使用效益。

第一, 信息传递的通道大大简化, 可以保证传递及时, 避免混乱和失真; 第二, 可以减少加工、使用中的重复劳动, 节约社会劳动; 第三, 可以避免互相之间的矛盾、脱节等现象; 第四, 综合加工可以大大提高市场信息的使用价值, 发挥多功能、多用途的作用, 提高其准确性和适用性; 第五, 有利于加速信息技术的发展, 提高信息工作者的效率。

如果把市场营销信息系统作为企业中的一个专业管理信息系统, 与企业中的其他专业管理信息系统一起, 共同组合成统一的企业管理信息系统, 会使整个企业的经营管理效率大为提高。

如果进一步把企业的信息系统同社会上的有关系统耦合, 联成网络, 将会使企业的市场调查与预测等市场信息工作更快速、高效。

企业可以及时地了解市场动态, 做出反应, 从而为企业的市场营销决策提供可靠的依据。

.....

<<市场调查方法与实务>>

编辑推荐

《21世纪高等院校教材：市场调查方法与实务》是以“实用”为写作宗旨，整理了多年教学经验积累的资料和广泛参与市场研究实践的研究成果而编写。全书采用市场调查的新观念/新理论方法和先进技术，以市场调查的运作过程为主线，系统地介绍了市场调查的基本原理以及各种方法在实践中的操作运用技巧，同时对国外市场调查的前沿理论与调查技术的新发展做了适当的介绍。

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>