

<<房地产市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787030253491

10位ISBN编号：7030253493

出版时间：1970-1

出版时间：科学出版社

作者：徐小慧 编

页数：254

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>

<<房地产市场调查与预测>>

前言

我国房地产业从20世纪80年代末开始兴起，经过近三十年来的高速发展，已经成为国民经济的支柱产业之一。

随着我国经济社会的发展、居民收入水平的提高、城镇化进程的加快以及改善性住房市场的兴起，房地产市场需求总量不断攀升，房地产业也在不断蓬勃发展。

高速增长的房地产行业催生了诸如房地产全程策划、房地产开发建设、房地产估价、房地产经纪、房地产咨询、房地产营销、售后服务和物业管理等业务，高等职业院校开设的房地产经营与估价专业就是在这样一个背景下形成的新专业。

产业的高速发展需要大量专业人才作支撑，这为房地产经营与估价专业的毕业生提供了广阔的就业前景。

但由于我国房地产专业教育起步较晚，房地产经营与估价专业的发展定位、课程体系设置等方面还不够成熟，各高校普遍反映缺乏质量高、内容适宜、能满足高职高专人才培养目标和要求、体现新的学科研究成果以及提高学生实践技能的系列教材。

基于此，我们组织了全国25家高职高专院校的老师，共同开发了“全国高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材”。

本套教材是以房地产经营与估价专业作为研究对象，在国家示范建设院校温州职业技术学院列入国家示范重点建设的房地产经营与估价专业的课程标准基础上，结合国家社会科学基金“十一五”规划课题“以就业为导向的职业教育教学理论与实践研究”的子课题“以就业为导向的高等职业教育房地产专业教学整体解决方案的研究”，强调专业教学过程与职业工作过程以及职业发展的一致性，形成的以就业为导向的基于房地产开发工作过程的课程体系为主要内容的高等职业教育房地产经营与估价专业教学整体解决方案。

该方案充分体现了教育部有关职业教育改革与发展的指导思想。

<<房地产市场调查与预测>>

内容概要

《房地产市场调查与预测》以提高房地产市场调查与预测实践教学、培养学生职业活动能力为宗旨，全面、系统地介绍了高职房地产专业必需的房地产市场调查与预测的基本理论和方法，并插入了大量的案例、实训和练习，以便学生对房地产市场调查与预测基本知识的理解、掌握和灵活运用。全书共11章，包括房地产市场概论、房地产市场调查的基本原理、房地产市场调查的内容、房地产市场调查方法与技术、房地产市场调查问卷的设计、房地产市场调查资料处理与分析、房地产市场预测的基本理论、定性预测方法、时间序列预测法、回归分析预测法和房地产市场调查报告。

《房地产市场调查与预测》可作为高职高专院校房地产专业及相关专业的教材或教学参考书，也可作为从事房地产市场研究的社会人士的参考资料和培训用书。

<<房地产市场调查与预测>>

书籍目录

序前言单元1 房地产市场概论1.1 房地产市场的概念与分类1.1.1 房地产市场的概念1.1.2 房地产市场的构成要素1.1.3 房地产市场的分类1.1.4 房地产市场体系1.2 房地产市场的特征与作用1.2.1 房地产市场的流通方式1.2.2 房地产市场的特征1.2.3 房地产市场的作用小结思考与练习题相关链接单元2 房地产市场调查的基本原理2.1 概述2.1.1 房地产市场调查的概念2.1.2 房地产市场调查的必要性2.1.3 房地产市场调查的特征2.2 房地产市场调查的原则和程序2.2.1 房地产市场调查的基本原则2.2.2 房地产市场调查的程序2.2.3 房地产市场调查的内容2.3 房地产市场调查的类型2.3.1 按市场调查主体进行分类2.3.2 按市场调查的范围分类2.3.3 按市场调查的功能分类2.4 房地产市场调查方案设计2.4.1 房地产市场调查方案设计概述2.4.2 房地产市场调查方案的内容小结思考与练习题单元3 房地产市场调查的内容3.1 房地产市场环境调查3.1.1 政治法律环境调查3.1.2 经济环境调查3.1.3 社会文化环境调查3.1.4 科学技术发展调查3.2 房地产市场需求和消费行为调查3.2.1 房地产市场需求容量调查3.2.2 房地产消费者和消费者行为调查3.2.3 房地产市场的需求指标3.3 房地产市场供给和竞争情况调查3.3.1 房地产市场供给调查3.3.2 房地产市场竞争情况调查3.3.3 房地产市场的供给指标3.4 房地产市场营销因素调查3.4.1 房地产产品调查3.4.2 房地产价格调查3.4.3 房地产销售渠道调查3.4.4 房地产促销调查小结思考与练习题相关链接单元4 房地产市场调查方法与技术4.1 概述4.1.1 房地产市场调查资料的来源4.1.2 房地产市场调查方法的选择4.2 文案调查法4.2.1 文案调查法的概念及优缺点4.2.2 文案调查的资料来源4.2.3 文案调查的程序4.3 观察调查法4.3.1 观察调查法的概念4.3.2 观察调查法的类型4.3.3 观察调查法的优缺点4.3.4 观察调查法适用范围4.4 网络调查法4.4.1 网络调查法及其特点4.4.2 网络调查的常用方法4.4.3 网络调查的技巧4.5 询问调查法4.5.1 面谈调查法4.5.2 电话调查4.5.3 邮寄调查4.6 问卷调查法4.6.1 问卷调查的含义和特点4.6.2 问卷调查的适用范围4.7 抽样调查技术4.7.1 抽样调查的含义及相关术语4.7.2 抽样调查的特点4.7.3 抽样调查的适用范围4.7.4 抽样设计小结思考与练习题相关链接单元5 房地产市场调查问卷的设计5.1 概述5.1.1 房地产市场调查问卷的含义5.1.2 房地产市场调查问卷的基本结构5.1.3 房地产市场调查问卷的内容5.1.4 房地产市场调查问卷设计的基本要求5.2 房地产调查问卷设计的程序和操作实务5.2.1 房地产市场调查问卷设计的程序5.2.2 房地产市场调查问卷设计的操作实务小结思考与练习题单元6 房地产市场调查资料处理与分析6.1 概述6.1.1 资料的处理与分析的概念6.1.2 资料的处理与分析的作用6.2 房地产市场调查资料的处理6.2.1 资料的审核与编辑6.2.2 资料的编码与录入6.3 房地产市场调查数据统计分析6.3.1 描述性统计分析6.3.2 解析性统计分析6.4 常用统计分析软件介绍6.4.1 统计分析软件之一——Excel6.4.2 统计分析软件之二——Spss6.4.3 统计分析实例小结思考与练习题单元7 房地产市场预测的基本理论7.1 房地产市场预测的概念及作用7.1.1 房地产市场预测的概念7.1.2 房地产市场预测的作用7.1.3 房地产市场预测的种类7.2 房地产市场预测的基本原理和要求7.2.1 房地产市场预测的基本原理7.2.2 房地产市场预测的基本要求7.3 房地产市场预测的内容和程序7.3.1 房地产市场预测的内容7.3.2 房地产市场预测的程序7.3.3 房地产市场预测的方法小结思考与练习题相关链接单元8 定性预测方法8.1 概述8.1.1 定性预测方法的概念8.1.2 定性预测方法的分类8.1.3 定性预测方法的适用性8.2 集合意见法8.2.1 集合意见法概述8.2.2 集合意见法预测步骤8.2.3 集合意见法的应用8.3 专家预测法8.3.1 专家会议法8.3.2 头脑风暴法8.3.3 德尔菲法8.4 类推法8.4.1 类推法的概念和特点8.4.2 类推法的类型8.4.3 类推预测法的应用小结思考与练习题单元9 时间序列预测法9.1 概述9.1.1 时间序列的概念9.1.2 时间序列的种类9.1.3 时间序列的编制原则9.1.4 时间序列预测法的概念9.1.5 时间序列预测法的步骤9.2 平均数预测法9.2.1 简单平均法9.2.2 加权平均法9.2.3 移动平均法9.3 指数平滑法9.3.1 指数平滑法的含义和特点9.3.2 一次指数平滑法的测算步骤9.4 趋势外推法9.4.1 直线趋势外推法9.4.2 曲线趋势延伸法9.5 季节指数法9.5.1 季节变动和季节指数法9.5.2 按季节平均法小结思考与练习题单元10 回归分析预测法10.1 概述10.1.1 回归分析预测法的含义10.1.2 回归分析预测法的分类10.1.3 回归分析预测法的基本步骤10.2 一元线性回归分析预测法10.2.1 一元线性回归模型10.2.2 最小二乘法参数估计10.2.3 一元线性回归模型的检验10.2.4 应用一元线性回归模型进行房地产市场预测10.3 多元线性回归分析预测法10.3.1 多元线性回归模型10.3.2 最小二乘法参数估计10.3.3 多元线性回归模型的检验10.3.4 应用多元线性回归模型进行房地产市场预测小结思考与练习题相关链接单元11 房地产市场调查报告11.1 概述11.1.1 市场调查报告的作用11.1.2 市场调查报告的特点11.1.3 市场调查报告的结构11.2 房地产市场调查报告的撰写11.2.1 市场调查报告的内容11.2.2 市场调查报告编写

<<房地产市场调查与预测>>

的原则11.2.3 市场调查报告的撰写技巧11.2.4 市场调查报告编写的步骤11.3 房地产市场调查的汇报与后续工作11.3.1 房地产市场调查的汇报11.3.2 房地产市场调查的后续工作小结思考与练习题主要参考文献

<<房地产市场调查与预测>>

章节摘录

1.1.1 房地产市场的概念 1.市场市场是社会生产分工和商品交换的产物，是连接商品生产者与商品消费者的桥梁。

市场有四种含义：一是指商品交换的场所；二是指买卖双方共同决定商品、劳务的价格和交易数量的机制；三是指商品交换关系的总和；四是指资源配置的一种手段，与计划手段相对应。

市场的形成必须具备以下三个基本要素。

(1) 市场的客体 市场的客体是指存在着可供交换的商品，包括有形货物或无形服务。

(2) 市场的主体 市场的主体是指存在着能够提供商品和服务的卖方以及具有购买欲望和购买能力的买方。

(3) 价格 商品的交换价格必须符合买卖双方的利益要求，使买卖双方都能接受。

2.房地产市场 房地产是一种特殊的商品，也称不动产，固定性是其与其他类型商品的重大区别。

虽然土地和地上建筑物不能移动，但它可以被个人或单位所占有、使用和收益，因此也就产生了这种房地产权益的交易行为。

房地产市场有狭义和广义两层含义。

从狭义上说，房地产市场指房地产交易的活动场所；从广义上说，房地产市场指整个社会房地产交换关系的总和，是房地产开发建设、经营、管理、服务和消费的内在运行机制。

它将房地产的生产、流通与消费等各个环节联系在一起，从而实现房地产的价值。

.....

<<房地产市场调查与预测>>

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>