第一图书网, tushu007.com

<<市场调研实务>>

图书基本信息

书名：<<市场调研实务>>

13位ISBN编号：9787030264947

10位ISBN编号：7030264940

出版时间：1970-1

出版时间：科学出版社

作者：赵伯庄，等 编

页数：189

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

内容概要

《市场调研实务》以“必要、够用”为度，突出基础理论的应用和实践技能的培养。主要内容包括市场调研概述、市场调研流程设计、调研资料的收集方法、问卷设计、抽样设计、数据收集的现场管理、调查资料的处理与分析、调研报告的撰写。

《市场调研实务》适合作为应用型本科及高职高专院校管理类专业的教材，也可作为市场研究从业人员的参考资料和培训用书。

<<市场调研实务>>

书籍目录

第1章 市场调研概述1.1 市场调研的含义1.1.1 什么是市场调研1.1.2 市场调研的作用及局限性1.1.3 市场调研的内容1.1.4 市场调研的时机1.2 市场调研的起源与发展1.2.1 市场调研的萌芽阶段（20世纪前）1.2.2 市场调研的成长阶段（1900～1950年）1.2.3 市场调研的成熟阶段（1950年至今）1.2.4 我国市场调研的兴起与现状1.3 市场调研行业1.3.1 市场调研的行业结构1.3.2 市场调研的执行机构1.3.3 市场调研行业的道德问题第2章 市场调研流程设计2.1 市场调研过程2.1.1 市场调研准备阶段2.1.2 市场调研方案设计阶段2.1.3 市场调研实施阶段2.1.4 市场调研跟踪阶段2.2 市场调研过程管理2.2.1 确保数据质量2.2.2 成本控制2.2.3 时间管理2.3 访员的培训2.3.1 基础培训2.3.2 项目培训第3章 市场调研资料的收集方法3.1 二手资料的收集方法3.1.1 二手资料的来源3.1.2 二手资料的评价标准3.2 原始资料的收集方法——观察法3.2.1 观察法的应用3.2.2 观察的五种形式3.2.3 观察法的评价3.3 原始资料的收集方法——实验法3.3.1 应用实验法的注意事项3.3.2 实验方案设计3.3.3 实验法的评价3.4 原始资料的收集方法——询问法3.4.1 直接询问法3.4.2 电话询问法3.4.3 邮寄调研法3.4.4 置留问卷调研法3.4.5 询问法的新发展3.4.6 询问法的比较3.5 定性市场调研方法3.5.1 深度访谈法3.5.2 投射法3.5.3 焦点小组访谈法3.6 定量市场调研与定性市场调研的缺陷及二者间的关系第4章 问卷设计4.1 问卷结构4.1.1 问卷的评价标准4.1.2 问卷的结构4.2 问卷的设计步骤4.3 问卷的设计技巧4.3.1 问题的类型4.3.2 问题的措辞4.3.3 问题的排列顺序4.3.4 敏感问题的处理技巧4.3.5 态度测量表的使用技巧4.3.6 问卷外观设计的技巧第5章 抽样设计5.1 抽样调研的一般问题5.1.1 抽样调研的含义5.1.2 抽样调研的基本概念5.1.3 抽样设计的般过程5.1.4 抽样设计应注意的问题5.2 抽样调研的基本方法5.2.1 概率抽样技术5.2.2 非概率抽样技术5.2.3 系统抽样法5.2.4 抽样方法的选择5.3 抽样误差与样本容量的确定5.3.1 调研误差的分类5.3.2 抽样误差的计算5.3.3 样本容量的确定第6章 数据收集的现场管理6.1 数据收集现场的非抽样误差控制6.1.1 抽样框误差与控制6.1.2 无回答误差和回答误差6.2 数据收集的现场管理6.2.1 现场管理的主要内容6.2.2 现场工作人员的选拔6.2.3 现场工作人员的培训6.2.4 现场工作人员的监督6.2.5 现场工作的核实6.2.6 现场工作的评估6.3 现场工作成本分析第7章 市场调研资料的处理与分析7.1 市场调研资料的整理7.1.1 数据准备7.1.2 数据处理7.2 市场调研数据的分析7.2.1 市场调研统计分析方法的类型7.2.2 统计分析方法Ⅰ——描述分析7.2.3 统计分析方法Ⅱ——推断分析第8章 市场调研报告的撰写8.1 市场调研报告的类型8.1.1 综合报告8.1.2 专题报告8.1.3 说明性报告8.2 市场调研报告的基本结构8.2.1 前文8.2.2 正文8.2.3 结尾8.3 市场调研成果的口头报告8.3.1 口头报告的材料准备8.3.2 口头汇报8.4 市场调研报告的写作技巧8.4.1 市场调研报告的写作原则8.4.2 市场调研报告中的制图技术主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

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