第一图书网, tushu007.com

<<现代市场研究>>

图书基本信息

书名：<<现代市场研究>>

13位ISBN编号：9787040161090

10位ISBN编号：7040161095

出版时间：2005-6

出版时间：高等教育出版社

作者：刘德寰

页数：439

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书为普通高等教育“十五”国家级规划教材。
本书集中讨论概念、命题、假设及操作化过程，同时对测量与抽样予以特别关注。
本书克服国内同类教材经济学色彩较浓和缺少对市场调查实践的缺点，大量介绍方法上的最新进展和统计学的最新进展，内容较新。
本书既可以作为新闻传播和广告学专业学生的教材，也可以作为其他文科专业的选修课教材。

<<现代市场研究>>

书籍目录

第一编 市场研究的基本概念与理论 第一章 导论　第一节 市场营销与市场研究　第二节 市场研究在营销过程中的作用　第三节 市场研究的领域　第四节 市场研究与其他相关学科的关系　第五节 市场研究伦理　第六节 市场研究的类型　第七节 市场研究的一般过程 第二章 中国市场研究的发展历程　第一节 中国市场研究业的起步　第二节 中国市场研究业的发展特点　第三节 市场研究行业组织 第三章 市场调研方案设计　第一节 市场调研方案设计流程　第二节 管理者与调研者的沟通　第三节 营销管理问题的识别与确认　第四节 市场调研内容的确认　第五节 调研方案的撰写 第四章 测量和量表　第一节 测量　第二节 量表　第三节 测量的信度和效度 第五章 抽样　第一节 抽样的概念　第二节 抽样的基本过程　第三节 概率抽样　第四节 非概率抽样　第五节 样本量的确定　第六节 PPS抽样简介　第七节 KISH表的运用第二编 市场研究的资料搜集方法 第六章 市场研究的资料搜集方法总论　第一节 定性与定量研究　第二节 几种定性资料的搜集方法　第三节 市场研究中的定量资料搜集方法　第四节 消费者固定样组调查 第七章 问卷法　第一节 问卷的结构与类型　第二节 问卷设计与调查的一般过程　第三节 问卷封闭式问题的题型设计　第四节 问卷封闭式问题的答案设计　第五节 问卷法的特点 第八章 小组座谈　第一节 小组座谈会概述　第二节 小组座谈会的设计　第三节 小组座谈会访问大纲设计　第四节 小组座谈会的组织与实施　第五节 小组座谈会的主持　第六节 定性研究的分析和报告编 写 第九章 定性研究方法——投射技术　第一节 投射技术介绍　第二节 投射技术的操作规范　第三节 投射技术的分类及具体的应用　第四节 投射技术的分析 第十章 观察法 第十一章 市场实验法 第十二章 市场研究的质量控制第三编 市场研究的定量分析方法 第十三章 简单统计分析 第十四章 详析分析方式 第十五章 回归分析 第十六章 因子分析法(IfactorAnalysis) 第十七章 聚类分析(ClusterAnalysis) 第十八章 判别分析法(DiscriminantAnalysis) 第十九章 市场调研报告的撰写后记

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