

<<市场调查与分析>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与分析>>

13位ISBN编号：9787040336030

10位ISBN编号：7040336030

出版时间：2011-11

出版时间：高等教育出版社

作者：蒋姝蕾

页数：163

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>

<<市场调查与分析>>

内容概要

《中等职业学校市场营销专业教学用书：市场调查与分析（第2版）》是教育部职业教育与成人教育司推荐教材、中等职业学校市场营销专业教学用书，是在第一版的基础上修订而成的。

本书按照职业领域的工作过程，并结合中职学生的认知规律确定教学单元，全书共分八个单元，主要内容有：市场调查概述、问卷调查法、访问法、抽样调查法、市场调查的其他方法、现代信息技术市场调查、市场调查数据的处理与分析、市场调查报告等，涵盖了市场调查与分析的典型工作任务和常用方法。

本书突出对中职学生创新精神和实践能力的培养，每单元配有单元导读、学习目标、单元回顾、案例分析、课外实践，还扩展了相关内容，以“案例导入”、“想一想”、“小知识”、“小提示”等形式融于教材，充分体现中等职业教育的实用性、职业性、适应性、先进性、互动性等特点。

为便于组织教学，进一步帮助学生和营销从业人员掌握相关理论知识与实践技能，本书配有《市场调查与分析技能训练》配套用书。

《中等职业学校市场营销专业教学用书：市场调查与分析（第2版）》可作为中等职业学校市场营销专业及其他相关专业的教学用书，也可作为营销从业人员的培训用书和参考书。

<<市场调查与分析>>

书籍目录

第1单元 市场调查概述主题1.1 市场调查的产生和发展1.1.1 市场调查的产生和发展过程1.1.2 现代信息技术下市场调查的发展主题1.2 市场调查的概念、特点、作用和局限性1.2.1 市场调查的概念1.2.2 市场调查的特点1.2.3 市场调查的作用1.2.4 市场调查的局限性主题1.3 市场调查的范围和分类1.3.1 市场调查的范围1.3.2 市场调查的分类主题1.4 市场调查的步骤1.4.1 准备阶段1.4.2 决策阶段1.4.3 实施阶段1.4.4 后续调查阶段单元回顾案例分析课外实践第2单元 问卷调查法主题2.1 问卷调查概述2.1.1 问卷与问卷调查法的概念2.1.2 问卷的分类主题2.2 问卷调查的过程2.2.1 准备过程2.2.2 决策过程2.2.3 实施过程2.2.4 后续调查主题2.3 问卷的基本结构2.3.1 开头部分2.3.2 过滤部分2.3.3 主体部分2.3.4 背景部分2.3.5 结束语主题2.4 问卷设计的技巧2.4.1 提问的设计技巧2.4.2 问题顺序的设计技巧2.4.3 版面格式的设计技巧单元回顾案例分析课外实践第3单元 访问法主题3.1 访问法概述3.1.1 访问法的概念和特点3.1.2 访问法的分类3.1.3 访问法的实施步骤主题3.2 访问方法3.2.1 直接访问法3.2.2 堵截访问法3.2.3 邮寄访问法3.2.4 电话访问法主题3.3 访问方法的应用3.3.1 各种访问方法的比较3.3.2 访问方法的选用 单元回顾案例分析课外实践第4单元 抽样调查法主题4.1 抽样调查的基本知识4.1.1 抽样调查的概念与方法4.1.2 抽样调查的特点4.1.3 常见的抽样术语主题4.2 抽样过程和方法4.2.1 抽样过程4.2.2 抽样方法单元回顾案例分析课外实践第5单元 市场调查的其他方法主题5.1 观察法5.1.1 观察法的概念与特点5.1.2 观察法的类型5.1.3 观察法的程序和注意事项5.1.4 观察法的优缺点主题5.2 文案调查法5.2.1 文案调查的概念与作用5.2.2 文案调查的资料来源5.2.3 文案调查的要求与程序5.2.4 文案调查的方法5.2.5 收集资料价值评定原则5.2.6 文案调查的评定主题5.3 态度测量表法5.3.1 态度和测量的概念5.3.2 态度测量表法的量表种类5.3.3 市场调查常用量表单元回顾案例分析课外实践第6单元 现代信息技术市场调查主题6.1 计算机辅助电话调查和其他现代调查方法6.1.1 计算机辅助电话调查6.1.2 其他现代调查方法简介主题6.2 网上调查6.2.1 网上调查的概念6.2.2 网上调查的特点6.2.3 网上调查的方式及技巧6.2.4 网上调查的内容单元回顾案例分析课外实践第7单元 市场调查数据的处理与分析主题7.1 市场调查数据的整理7.1.1 市场调查数据整理的程序7.1.2 市场调查数据整理的内容主题7.2 市场调查数据的加工7.2.1 市场调查数据的编码7.2.2 市场调查数据净化处理7.2.3 缺失值处理主题7.3 市场调查数据交叉列表分析技术7.3.1 概述7.3.2 双变量交叉列表分析法单元回顾案例分析课外实践第8单元 市场调查报告主题8.1 市场调查报告的要求8.1.1 概述8.1.2 调查报告的准备主题8.2 市场调查书面报告8.2.1 市场调查报告的基本结构8.2.2 市场调查分析报告的写作要求8.2.3 调查报告中图表的运用主题8.3 市场调查的口头报告8.3.1 口头报告的特点8.3.2 口头汇报的材料准备8.3.3 口头汇报的技巧单元回顾案例分析课外实践综合案例分析案例1 可口可乐新产品调查案例2 成也调研，败也调研——宝洁“润妍”退市之启示参考文献

<<市场调查与分析>>

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>