

<<市场信息实务教程>>

图书基本信息

书名：<<市场信息实务教程>>

13位ISBN编号：9787111272199

10位ISBN编号：7111272196

出版时间：2009-6

出版时间：机械工业出版社

作者：赵泉 著

页数：269

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>

<<市场信息实务教程>>

前言

市场经济的飞速发展，使人们对市场信息的需求越来越迫切。与此同时，随着经营方式、经营手段的多样化，人们对市场信息的需求也呈现出多样性。另外，随着信息传播模式的拓展，市场信息的传播方式、收集手段、收集方法等也有一些新的变化。基于此，我们有必要对市场信息进行多层次、多角度的审视。

《市场信息实务教程》围绕市场信息学的相关内容，主要介绍了市场信息的基本知识、市场信息获取方法以及市场信息系统的有关内容，其核心是能够通俗、全面、准确地把与市场信息相关的知识表述出来，使广大读者能够对市场信息的有关问题有一个全面的了解和认识。

《市场信息实务教程》共分9章，分别介绍了市场信息的基本理论、市场信息的开发利用、市场调查、抽样设计、问卷设计、市场调查方法、网络调查、市场信息分析与预测、市场信息系统等内容。

每章配有习题，分单项选择、多项选择、名词解释、简答、综合应用等题型，另外还增加了案例阅读，以指导读者深入地进行学习。

本课程建议授课48学时，实验8学时，并要求具备计算机基础知识，最好同时具备计算机基础、数据库和网络知识。

《市场信息实务教程》的着眼点在于既要让读者掌握市场信息的知识，又要了解与其相关的知识，全书的重点放在市场信息的获取技术与方法上。

在《市场信息实务教程》的编写过程中，注意结合当前的情况和学生的特点，突出实用性。

由于时间仓促，书中难免存在不妥之处，请读者批评指正。

<<市场信息实务教程>>

内容概要

《市场信息实务教程》围绕市场信息学的相关内容，主要介绍了市场信息的基本知识、市场信息获取方法以及市场信息系统的有关内容，使广大读者能够对市场信息的有关问题有一个全面的了解和认识。

《市场信息实务教程》共分9章，分别介绍了市场信息的基本理论、市场信息的开发利用、市场调查、抽样设计、问卷设计、市场调查方法、网络调查、市场信息分析与预测、市场信息系统等内容。每章配有习题，分单项选择、多项选择、名词解释、简答、综合应用等题型，另外还增加了案例阅读，以指导读者深入地进行学习。

《市场信息实务教程》可作为大专院校电子商务专业的教材，也可作为信息管理类、经济信息类、信息安全、经济类专业的教材，还适合政府机关、企事业单位的管理者，以及从事电子商务或信息化工作的人员作为参考书。

<<市场信息实务教程>>

书籍目录

第1章 市场信息基本理论1.1 信息的基本理论1.1.1 信息的含义及其要素1.1.2 信息的特征和分类1.1.3 信息的应用过程1.2 信息资源管理1.3 市场信息的分类与特征1.3.1 市场信息及其分类1.3.2 市场信息的特征1.4 市场信息的主要形式1.4.1 完全信息与不完全信息1.4.2 对称信息与非对称信息1.4.3 公共信息与私人信息1.5 信息阻隔的市场1.5.1 信息不对称的市场表现1.5.2 不利选择与道德风险1.6 市场信号与激励机制1.6.1 市场信号1.6.2 激励机制1.6.3 市场信用1.7 案例与讨论———QQHY董事对信息披露未勤勉尽责1.8 本章小结1.9 习题第2章 市场信息的开发与利用2.1 市场信息的采集2.1.1 市场信息源2.1.2 市场信息采集原则及步骤2.1.3 市场信息采集的途径和方法2.2 市场信息加工2.3 市场信息的发布与传播2.3.1 传统广告的基本内容2.3.2 网络广告概要2.3.3 传递产品信息的其他策略2.4 案例与讨论———市场是怎样发现信息的2.5 本章小结2.6 习题第3章 市场调查3.1 市场调查概论3.1.1 市场调查的作用3.1.2 市场调查的特点3.1.3 市场调查的原则3.1.4 市场调查的范围3.1.5 市场调查的注意事项3.2 市场信息基本内容3.2.1 市场环境信息3.2.2 消费者信息3.2.3 促销信息3.2.4 产品信息3.3 市场调查过程3.3.1 市场信息管理3.3.2 市场信息收集处理过程3.4 市场信息处理3.4.1 市场调查资料的整理3.4.2 市场调查资料的分析3.4.3 市场调查报告的撰写3.5 市场调查的方法3.5.1 按调查目的划分3.5.2 按作用划分3.5.3 按数据来源划分3.6 市场调查机构和人员3.6.1 市场调查机构3.6.2 市场调查人员3.6.3 市场调查人员培训3.7 市场调查应用3.7.1 市场潜力调查3.7.2 适销产品的市场调查3.8 案例与讨论3.8.1 美国的吉利公司却把“刮胡刀”推销给女人3.8.2 市场调查流程案例3.8.3 宝洁市场调查案例3.9 本章小结3.10 习题第4章 抽样技术4.1 抽样调查的含义与特点4.1.1 抽样调查的特点4.1.2 抽样调查的常用术语4.1.3 抽样调查的实施4.1.4 抽样调查的适用范围4.2 随机抽样4.2.1 简单随机抽样4.2.2 系统抽样4.2.3 分层抽样4.2.4 整群抽样4.3 非随机抽样4.3.1 方便抽样4.3.2 判断抽样4.3.3 配额抽样4.3.4 滚雪球抽样4.4 样本量的确定4.4.1 样本量的确定原则4.4.2 样本量的计算4.5 抽样误差及其控制4.6 案例与讨论-开封市四县县属教育机构档案文化资源调查研究报告4.7 本章小结4.8 习题第5章 问卷设计 5.1 问卷的含义和结构5.1.1 问卷的含义和作用5.1.2 问卷的类型5.1.3 问卷的结构5.1.4 问卷结构的变通5.2 问卷设计流程5.2.1 问卷设计原则5.2.2 问卷设计步骤5.2.3 问卷的评价标准5.3 问卷中问题的设计5.3.1 问题的类型5.3.2 询问方法5.3.3 问卷问题设计技巧5.4 问卷中的量表5.4.1 量表的类型5.4.2 问卷中常用的量表5.4.3 量表的选择5.5 问卷答案设计5.5.1 问卷答案类型5.5.2 问卷答案设计5.6 案例与讨论-关于企业文化的员工问卷调查设计5.7 本章小结5.8 习题第6章 市场调查方法6.1 文案调查法6.1.1 文案调查的特点和功能6.1.2 文案调查的信息来源6.1.3 文案调查的方法6.1.4 文案调查的步骤6.2 面谈调查法6.2.1 入户访问6.2.2 拦截访问6.2.3 小组座谈6.2.4 深度访谈6.2.5 投影技法6.3 电话访问法6.3.1 传统的电话访问6.3.2 计算机辅助电话访问6.4 邮寄调查法6.5 德尔菲专家咨询法6.6 观察法6.6.1 观察法的观察内容和特点6.6.2 观察调查法的种类6.6.3 观察法的使用步骤6.6.4 观察技术6.7 实验法6.8 案例与讨论-北京市女性休闲娱乐市场调查研究6.9 本章小结6.10 习题第7章 网络调查7.1 网络调查概述7.1.1 网络调查的特点7.1.2 网络调查存在的问题7.2 网络调查方法7.2.1 以网络为手段的调查7.2.2 测量网络使用情况的调查7.3 网络调查的步骤7.4 在线调查问卷7.5 网络间接调查7.5.1 网络间接调查实务7.5.2 实用网络搜索技巧7.6 案例与讨论7.6.1 互联网2009年两会报道满意度有奖调查7.6.2 飞立达公司员工满意度调查案例分析7.7 本章小结7.8 习题第8章 市场信息分析与预测8.1 市场信息分析的原则8.1.1 市场调查资料分析的内涵8.1.2 市场调查资料分析的原则8.2 市场调查资料静态分析8.2.1 定性分析8.2.2 定量分析8.3 动态分析8.3.1 动态数列的种类8.3.2 指数分析8.4 市场预测8.4.1 市场预测的基本原理8.4.2 市场预测的步骤8.4.3 市场预测的方法8.4.4 市场预测的内容8.5 案例与讨论-市场调查与预测案例8.6 本章小结8.7 习题第9章 市场信息系统9.1 信息系统概述9.1.1 信息系统的发展及应用模式9.1.2 信息系统开发9.1.3 信息系统维护与管理9.2 企业信息系统9.2.1 企业信息系统的功能9.2.2 企业信息系统的分类9.3 市场信息系统9.3.1 市场信息系统的特点与组织9.3.2 市场信息系统的分类9.3.3 经济信息网络9.3.4 信息咨询服务9.4 计算机在市场信息中的应用9.4.1 Excel的统计分析功能9.4.2 SPSS简介9.5 竞争情报9.5.1 竞争情报概述9.5.2 竞争情报的收集9.5.3 竞争情报的分析及发布9.6 案例与讨论9.6.1 企业管理信息系统成功应用案例9.6.2 神州数码百度ECIS竞争情报系统案例9.7 本章小结9.8 习题参考文献

章节摘录

第1章 市场信息基本理论 市场信息是市场参与者决策的主要依据，直接影响着企业的竞争力。随着计算机的应用，尤其是网络的发展和电子商务的兴起，使企业利用市场信息更加方便快捷，但市场信息并不是完全免费的，它在市场参与者之间的分布通常是不对称的。市场信息的不同状态，也会影响市场的形态。与此相对应，企业所采取的措施也不相同。

1.1 信息的基本理论 现实生活中，人们总是在自觉或不自觉地接收、传递、存储和利用着信息。随着人们对信息研究的深入，人类对信息的认识也在逐步加深。

1.1.1 信息的含义及其要素 自20世纪50年代出现信息的概念后，信息及其相关理论、技术得到了长足的发展，人们对信息要素的认识趋于一致，但对信息的概念至今未取得一致。

1.信息的含义 对信息这个词恐怕没有人会觉得陌生。

那么，到底什么是信息？

它的要素又有哪些呢？

“信息”一词来源于拉丁文“information”，意思是指一种陈述或一种解释、理解等。

随着人们对信息理解的深入，信息的含义也在不断地演变。

现在“信息”一词已经成为一个含义非常深刻、包括内容相当丰富的一个重要概念

……

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>