

<<市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787111273134

10位ISBN编号：7111273133

出版时间：2011-7

出版时间：机械工业出版社

作者：林红菱 编

页数：244

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>

## <<市场调查与预测>>

### 内容概要

本书内容简介：随着市场竞争的加剧，企业所面临的内外环境日趋复杂化，企业经营决策必须以充分的市场信息为基础，因而，规范的市场调查与预测成为企业一项重要的营销职能，它为企业提供所需的决策信息，是企业营销中一项目的性、实践性很强的活动。

本书在吸收国外市场调查与预测理论和实践的基础上，注重结合我国企业的实践经验，系统地介绍了市场调查与预测的基本理论与方法。

本书在写作过程中强调理论部分以够用为度，突出实际操作环节，注重对实际工作能力的培养，具有较强的实用性。

本书可作为高等院校经济类、管理类、统计类等相关专业的教材，也可作为企业岗位培训、成人教育、自学考试用书，并可供企业相关人员参考。

## <<市场调查与预测>>

### 书籍目录

前言

#### 第一章 市场调查概述

第一节 市场调查的基本概念

第二节 市场调查行业存在的问题及发展趋势

第三节 市场调查机构的选择

第四节 市场调查行业的道德规范

第五节 市场调查流程

本章小结

自测题

#### 第二章 市场调查方案设计

第一节 概述

第二节 市场调查方案设计的前期准备

第三节 市场调查方案内容的设计

第四节 市场调查方案的评审、修改、确认

本章小结

自测题

#### 第三章 市场调查问卷设计

第一节 问卷的基本概念

第二节 市场调查问卷设计的流程

第三节 调查问题的设计

第四节 答案选项的设计

第五节 调查问卷的试访及修改

本章小结

自测题

#### 第四章 抽样调查技术

第一节 概述

第二节 概率抽样

第三节 非概率抽样

第四节 抽样误差及其测定

第五节 样本量的确定与总体

资料的统计推断

本章小结

自测题

#### 第五章 市场调查数据采集

第一节 文案调查法

第二节 焦点小组访谈法

第三节 深度访谈法

第四节 询问调查法

第五节 观察调查法

第六节 实验调查法

本章小结

自测题

#### 第六章 市场调查数据整理与分析

第一节 数据整理

第二节 数据分析

## <<市场调查与预测>>

本章小结

自测题

### 第七章 市场调查报告

第一节 概述

第二节 书面调查报告

第三节 口头调查报告

本章小结

自测题

### 第八章 市场预测概述

第一节 市场预测的基本概念

第二节 市场预测的理论依据

第三节 市场预测方法及其选择

第四节 市场预测误差

本章小结

自测题

### 第九章 判断分析法

第一节 集体经验判断法

第二节 德尔菲法

第三节 市场调研预测法

本章小结

自测题

### 第十章 时间序列分析法

第一节 时间序列概述

第二节 简单平均法

第三节 移动平均法

第四节 指数平滑法

第五节 趋势模型法

第六节 季节变动法

本章小结

自测题

### 第十一章 因果分析法

第一节 因果分析预测概述

第二节 一元线性回归预测

第三节 多元线性回归预测

第四节 非线性回归预测

本章小结

自测题

参考文献

<<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>