第一图书网, tushu007.com

<<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

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。

第一图书网, tushu007.com

<<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

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

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