

<<现代市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<现代市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787115273918

10位ISBN编号：711527391X

出版时间：2012-7

出版时间：人民邮电出版社

作者：楼红平，涂云海 著

页数：255

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>

<<现代市场调查与预测>>

内容概要

《全国高职高专市场营销专业规划教材：现代市场调查与预测》从培养学生的实践动手能力和创新意识出发，介绍了现代市场调查与预测的理论、方法及其应用，内容涵盖了认知市场调查、市场调查策划、市场调查资料收集方法、网络市场调查、抽样技术、调查问卷设计、市场调查资料的统计分析、市场需求预测分析方法、撰写市场调查报告和市场调查应用共十项任务。在编写体例上，既注重系统地阐述相关基本概念及原理，同时也强调实训的重要性(辅以大量实训内容)，突出了系统性与应用性的特点。

《全国高职高专市场营销专业规划教材：现代市场调查与预测》适合高职高专经济管理类专业师生使用，同时也可作为市场调研从业者的参考书。

<<现代市场调查与预测>>

书籍目录

任务1 认知市场调查子任务1 认知市场与市场调查1.1 市场1.2 市场调查的基本知识子任务2 熟悉市场调查的原则和程序2.1 市场调查的原则2.2 市场调查的程序子任务3 市场调查机构与调查人员设置3.1 市场调查机构3.2 市场调查人员子任务4 实训项目4.1 课内实训4.2 课外实战演练任务2 市场调查策划子任务1 熟悉市场调查策划1.1 市场调查策划的内涵1.2 市场调查策划的特点1.3 市场调查策划的作用子任务2 市场调查立项与方案的编制2.1 市场调查立项2.2 市场调查方案的编制子任务3 市场调查方案的可行性分析与评价3.1 进行调查方案可行性分析的方法3.2 调查方案的总体评价子任务4 实训项目4.1 课内实训4.2 课外实战演练任务3 市场调查资料收集方法子任务1 熟悉原始资料和二手资料1.1 原始资料1.2 二手资料子任务2 案头调查法及其应用2.1 案头调查法的含义及其特点2.2 案头调查的信息来源2.3 案头调查的常见方法2.4 案头调查的步骤子任务3 访问调查法3.1 人员访问3.2 电话访问3.3 邮寄访问子任务4 观察调查法4.1 使用观察调查法所需具备的条件4.2 观察调查法的种类4.3 观察调查法的优缺点4.4 人员观察的方式子任务5 实验调查法5.1 实验调查法的步骤5.2 实验设计及其种类5.3 实验调查法的优缺点子任务6 实训项目6.1 课内实训6.2 课外实战演练任务4 网络市场调查子任务1 了解网络市场调查1.1 网络市场调查的概念1.2 网络市场调查的优缺点1.3 网络市场调查的分类子任务2 网络市场调查方法及信息处理2.1 网络直接调查法2.2 网络间接调查法2.3 网络调查系统的使用子任务3 网络市场调查平台的选择3.1 盈利性调查组织平台3.2 政府机构和社会团体开展的非盈利性调查研究项目子任务4 实训项目4.1 课内实训4.2 课外实战演练任务5 抽样技术子任务1 熟悉抽样技术1.1 抽样调查的含义和特点1.2 市场抽样调查的程序1.3 抽样调查与普查的关系1.4 抽样调查中的几个基本概念1.5 抽样调查的适用范围子任务2 总体及样本容量的确定2.1 确定总体, 选择样本类型2.2 确定样本量的大小子任务3 概率抽样技术3.1 抽样方法3.2 抽样框的编制方法子任务4 非概率抽样技术4.1 便利抽样4.2 判断抽样4.3 配额抽样4.4 裙带抽样子任务5 实训项目5.1 课内实训5.2 课外实战演练任务6 调查问卷设计子任务1 调查问卷的类型与结构1.1 市场调查问卷的类型1.2 市场调查问卷的结构子任务2 调查问卷设计的原则与程序2.1 市场调查问卷设计的原则2.2 市场调查问卷设计的程序子任务3 调查问卷设计技术3.1 市场调查问卷内容的设计3.2 市场调查问卷形式的设计3.3 市场调查问卷问句的设计子任务4 实训项目4.1 课内实训4.2 课外实战演练任务7 市场调查资料的统计分析子任务1 市场调查资料的整理、统计1.1 编辑资料1.2 分类和汇总1.3 表格化和图示化子任务2 市场调查资料的审核2.1 数据资料整理方案的内容2.2 数据资料的审核2.3 数据资料的校订2.4 数据的录入2.5 描述统计工具子任务3 实训项目3.1 课内实训3.2 课外实战演练任务8 市场需求预测分析方法子任务1 了解市场需求预测1.1 市场预测的概念及类别1.2 市场需求预测的步骤子任务2 定性预测分析方法2.1 集合意见法2.2 专家会议法2.3 德尔菲法子任务3 定量预测分析方法3.1 移动平均预测法3.2 指数平滑法3.3 季节指数法3.4 回归分析预测法子任务4 实训项目4.1 课内实训4.2 课外实战演练任务9 撰写市场调查报告子任务1 市场调查报告结构及内容分析1.1 市场调查报告的含义1.2 市场调查报告的类型1.3 市场调查报告的写作原则1.4 市场调查报告的结构1.5 市场调查报告的内容分析子任务2 市场调查报告的写作技巧2.1 标题的写作技巧2.2 目录的写作技巧2.3 概述的写作技巧2.4 正文的写作技巧2.5 结论与建议2.6 附件子任务3 学习市场调查报告范文子任务4 口头调查报告4.1 口头调查报告的目标4.2 口头调查报告需要准备的材料4.3 口头调查报告需要注意的问题子任务5 实训项目5.1 课内实训5.2 课外实战演练任务10 市场调查应用子任务1 市场需求调查1.1 市场需求的概念及分析1.2 市场需求调查1.3 市场需求实地调查方法子任务2 消费者购买行为调查2.1 消费者购买行为模式2.2 消费者购买决策过程2.3 消费者购买行为调查的内容子任务3 顾客满意度调查3.1 客户满意度调查及其作用3.2 客户满意度调查模型子任务4 广告效果调查4.1 广告效果调查的作用4.2 广告活动效果调查的内容4.3 广告效果调查的方法子任务5 实训项目5.1 课内实训5.2 课外实战演练附录1 F分布表

<<现代市场调查与预测>>

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>