

<<EXCEL2003在市场营销中的应用>>

图书基本信息

书名：<<EXCEL2003在市场营销中的应用>>

13位ISBN编号：9787121005794

10位ISBN编号：7121005794

出版时间：2005-1-1

出版时间：电子工业出版社

作者：郭秀花,张梦霞

页数：288

字数：480000

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>

## <<EXCEL2003在市场营销中的应用>>

### 内容概要

本书以图文并茂的形式展开叙述，采用最新的Excel 2003版本，详细、通俗地介绍了市场营销调研数据的分析方法。

从调研问卷的设计方法、收集问卷各环节的控制，到调查问卷的录入、数据整理、分析、总结研究成果等一整套过程，形成了完整的体系。

本书共分10章，分别为Excel 2003简介、市场营销调研、输入问卷与建立数据库、市场营销调研数据的统计描述、市场营销数据分析中的统计图、市场营销定性资料的假设检验、市场营销定量资料的假设检验、市场营销多变量数据分析、市场营销预测、市场营销调研报告。

随书光盘内容为书中范例源文件。

本书可作为市场营销、财务、会计等方面的培训教材，以及各层次市场营销专业学生的课程教材，更适合于工作在经济管理领域特别是市场营销领域的各类人员自学。

书籍目录

第1章 Excel 2003简介 1.1 Excel 2003的新增功能 1.2 Excel 2003的安装 启动与退出 1.3 Excel 2003中文版用户界面介绍 1.4 Excel 2003工作簿的基本操作第2章 市场营销调研及调研问卷设计 2.1 市场营销调研概述 2.2 市场营销调查问卷的设计与编码 2.3 综合应用-对消费者人口统计资料的编码第3章 录入市场营销调研问卷与建立数据库 3.1 市场营销调研问卷数据的录入方法 3.2 市场营销调研问卷数据的编辑 3.3 市场营销调研问卷数据的审核和处理 3.4 调研问卷的信息化处理-以对啤酒消费需求与消费态度的调查为例 3.5 Excel与其他数据格式的互相转化第4章 市场营销数据的统计描述 4.1 定性资料的相对数 4.2 定量资料的平均数与变异指标 4.3 销售记录的分类汇总-以某超市商品销售调研为例 4.4 利用数据透视表分析两种家电产品的销售情况第5章 市场营销数据分析中的统计图 5.1 创建营销统计图 5.2 市场营销情况图表类型介绍 5.3 统计图的编辑与美化 5.4 使用地图分析数据-图书销量的地点定位分析第6章 市场营销定性资料的假设检验 6.1 四格表资料的假设检验 6.2 行×列表资料的假设检验 6.3 有序列联表资料的Ridit分析第7章 市场营销定量资料的假设检验 7.1 两组定量资料间的配对比较t检验 7.2 两组定量资料间的成线比较t检验 7.3 完全随机设计的方差分析 7.4 随机区组设计的方差分析 7.5 两因素析因设计的方差分析第8章 市场营销多变量数据分析 8.1 多元线性回归分析 8.2 规划分析 8.3 方案优选-分析选择哪种方案可获得最大收益 8.4 判别分析第9章 市场营销预测第10章 市场营销调研报告

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>