

<<市场营销调研实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销调研实务>>

13位ISBN编号：9787300146393

10位ISBN编号：7300146392

出版时间：2012-2

出版时间：中国人民大学出版社

作者：马晓琨 等主编

页数：245

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>

<<市场营销调研实务>>

内容概要

本书的最大特点是突破了传统的营销调研教材的界限，期望高职市场营销专业的学生不仅成为一个营销调研的“应用者”，而且成为“操作者”。

本书按照调研应用共设有八个项目，每个项目下设2—3个任务，任务以学生为中心，依照学习规律设置了6个学习环节：[我要做什么]、[我想知道怎么做]、[我应该知道的]、[我再练一次]、[我做得怎么样]、[我自己独立解决]。

每个学习环节均使用第一人称，体现了以学生为主体的学习要求。

<<市场营销调研实务>>

书籍目录

项目一 认知市场营销调研

任务1：“宝洁公司的成功与市场调研”二手资料分析

任务2：“蜂蜜酒的市场调研应用”二手资料分析

项目二 搜集并解读行业信息

任务3：“中国市场研究业的起步”二手资料分析

任务4：文案调查——搜集计算机行业信息

项目三 市场营销诊断调查

任务5：头脑风暴：门店的营销诊断信息

任务6：对指定门店进行观察

任务7：产品的终端销售观察诊断

项目四 目 标消费者调查

任务8：体验消费者调研程序

任务9：设计一份消费者调研问卷

任务10：抽取目标消费者的样本

任务11：搜集消费者信息

任务12：整理分析消费者信息

任务13：撰写消费者调查报告

项目五 产品测试

任务14：产品概念测试

任务15：品牌形象测试

任务16：产品包装测试

项目六 渠道调查

任务17：零售终端调查

任务18：经销商调查

项目七 促销调研

任务19：广告事前测试

任务20：

：促销方式调查

任务21：促销效果评估

项目八 顾客满意度调查

任务22：测量顾客是否满意

任务23：如何分析顾客满意

附录一 项目招标书案例

附录二 项目计划书案例

附录三 顾客满意问卷案例

.....

<<市场营销调研实务>>

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>