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：9787301199046

10位ISBN编号：730119904X

出版时间：2011-12

出版时间：北京大学出版社

作者：熊衍红

页数：238

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《市场营销专业项目式教材：市场调查与预测》根据高职教育要求突出技能性与实用性的教学特点，以市场调研的实际工作过程为主线编写而成，按照市场调查与预测的工作任务步骤构建教学内容体系，以工作任务的具体实施为中心整合相应的知识和技能，系统介绍市场调查与预测的基本理论和实践知识，包括确立市场调查目标和内容、设计调查方案、正确运用调查方法实施调查、收集资料、确定样本计划、设计调查问卷并进行调查信息资料的整理和预测分析以及撰写调研报告等。

《市场营销专业项目式教材：市场调查与预测》采用全新体例编写。

通过对《市场营销专业项目式教材：市场调查与预测》的学习，读者可以独立策划、撰写市场调查方案；能正确选择和实施市场调查方法；能独立设计调查问卷，具备整理和分析调查资料并进行市场预测、撰写市场调研报告的能力。

本书可作为高职高专工商管理类相关专业的教材，也可作为各类企业营销人员的培训教材或自学参考书。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

项目一 市场调查概述1.1 认识市场调查1.1.1 市场调查的概念1.1.2 市场调查的特征1.1.3 市场调查的作用1.1.4 市场调查的基本要求1.2 理解市场调查的类型、步骤与内容1.2.1 市场调查的类型1.2.2 市场调查的流程1.2.3 市场调查的内容1.3 了解市场调查机构和人员1.3.1 市场调查机构1.3.2 市场调查人员项目小结思考与练习项目实训项目二 市场调查方案策划2.1 了解市场调查方案设计的意义2.1.1 市场调查方案设计的含义2.1.2 市场调查方案设计的意义2.1.3 市场调查方案设汁的特点与原则2.2 理解市场调查方案设计的工作流程2.2.1 确定调查的必要性2.2.2 确定调查目标2.2.3 确定调查对象和调查单位2.2.4 确定调查内容2.2.5 确定信息的类型和来源2.2.6 确定调查人员、时限2.2.7 选择调查方法2.2.8 确定调查资料整理和分析方式2.2.9 确定提交调查结果的方式2.2.10 确定调查的经费预算2.3 市场调查方案策划的编写与评价2.3.1 市场调查方案策划的格式2.3.2 市场调查方案策划的评价项目小结思考与练习项目实训项目三 市场调查方法3.1 文案调查法3.1.1 文案调查法的作用3.1.2 间接资料的收集3.1.3 文案调查的方法3.1.4 文案调查法的注意事项3.1.5 文案调查的实施步骤3.2 访问调查法3.2.1 访问调查法的概念与种类3.2.2 标准化访问3.2.3 非标准化访问3.3 观察法3.3.1 观察法的类型3.3.2 观察法的操作要点3.3.3 观察法的优缺点3.4 实验调查法3.4.1 实验调查法的类型3.4.2 实验调查法的优缺点3.4.3 实验调查法有效性检测3.5 网络调查法3.5.1 网络调查的优点3.5.2 网络调查的缺点3.5.3 网络调查的常用方法项目小结思考与练习项目实训项目四 抽样调查4.1 认识抽样调查4.1.1 抽样调查的概念4.1.2 抽样调查的特点4.1.3 抽样调查的应用范围4.1.4 抽样调查中常用的名词4.2 抽样调查的操作程序4.2.1 确定调查总体4.2.2 设计和抽取样本4.2.3 搜集样本资料，计算样本指标4.2.4 推断总体4.3 抽样技术的类别及特点4.3.1 随机抽样4.3.2 非随机抽样项目小结思考与练习项目实训项目五 调查问卷设计5.1 调查问卷的作用和结构5.1.1 调查问卷的含义与优缺点5.1.2 调查问卷的结构5.1.3 调查问卷的类型5.2 问卷设计的基本流程与原则5.2.1 问卷设计的基本流程5.2.2 问卷设计的原则5.2.3 问卷设计的整体要求5.3 调查问卷题型设计5.3.1 问题的设计形式5.3.2 问卷题型设计表述5.4 问卷答案量化的类型与设计5.4.1 间卷答案的类型及设计原则5.4.2 问卷答案量化的类型5.4.3 问卷调查法的适用范围5.4.4 问卷的发放与回收项目小结思考与练习项目实训项目六 市场调查资料整理6.1 调查资料的审核6.1.1 调查资料的收集与管理6.1.2 调查问卷的审核6.2 SPSS简介6.2.1 概述6.2.2 常用界面与窗口6.2.3 建立数据文件6.3 SPSS对调查资料的整理6.3.1 资料整理简述6.3.2 数据编码与录入6.3.3 数据基本操作与管理项目小结思考与练习项目实训项目七 市场调查资料分析7.1 市场调查资料分析概述7.1.1 市场调查资料分析的内涵和原则7.1.2 市场调查资料分析方法7.2 SPSS对调查资料的分析操作7.2.1 描述统计7.2.2 比较均值7.2.3 多选题分析7.3 调查资料的汇总7.3.1 分类汇总7.3.2 报告项目小结思考与练习项目实训项目八 市场预测方法8.1 认识市场预测8.1.1 市场预测的含义8.1.2 市场预测的基本原理8.1.3 市场预测的基本要求8.1.4 市场预测的种类8.1.5 市场预测的程序8.2 定性预测方法～8.2.1 定性预测方法概述8.2.2 头脑风暴法8.2.3 德尔菲法8.2.4 主观概率法8.3 定量预测方法8.3.1 定量预测方法概述8.3.2 时间序列预测法8.3.3 回归分析预测法项目小结思考与练习项目实训项目九 调查报告的撰写9.1 调查报告的种类和意义9.1.1 调查报告的特征9.1.2 调查报告的种类9.1.3 撰写调查报告的意义9.2 调查报告的格式与要求9.2.1 调查报告的格式9.2.2 调查报告的内容9.2.3 撰写调查报告的基本要求9.3 撰写调查报告的程序和技巧9.3.1 撰写调查报告的程序9.3.2 撰写调查报告的技巧9.3.3 撰写调查报告的注意事项项目小结思考与练习项目实训参考文献

编辑推荐

《市场营销专业项目式教材：市场调查与预测》有以下特点：能力本位。
以学生为主体，让学生看了就能会，学了就能用；以教师为主导，授人以渔；以项目为载体，将技能与知识充分结合。
内容创新。
内容选取机动、灵活，适当融入新技术、新规范、新理念；既体现自我教改成果，又吸收他人先进经验；保持一定前瞻性，又避免盲目超前。
精编案例。
案例短小精悍，能佐证知识内容；案例内容新颖，表达当前信息；案例以国内中小企业典型事实为主，适合高职学生阅读。
巧设实训。
实训环节真实可行，实训任务明确，实训目标清晰，实训内容详细，实训考核全面，切实提高能力。
描述工作任务有效引导学习，导入典型案例充分融入知识点，设置项目实训切实提升能力。

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