

<<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：9787302269069

10位ISBN编号：7302269068

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学出版社

作者：王秀娥，夏冬 主编

页数：251

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>

<<市场调查与预测>>

内容概要

王秀娥、夏冬主编的《市场调查与预测》包括市场调查与市场预测两大部分，以实施市场调查与预测的过程为主线，系统阐述了市场调查与预测的基本概念与原理，介绍了当代市场调查与预测的前沿理论和实用方法，并结合企业管理实践，编排了大量实用的调查案例，结合市场调查中遇到的实际问题将各个知识点连在一起，从而强化了教材知识体系的逻辑性，把基础知识、基本技能的掌握和实践能力的培养结合起来。

《市场调查与预测》实践性强，提供了丰富的课后习题和实训项目，适用于经济管理专业的本科教学，也可供市场营销、企业管理人员参考之用。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第1章 市场调查基本理论

导入案例

1.1 市场调查的基础知识

1.1.1 市场调查的含义

1.1.2 市场调查的特征与分类

1.1.3 市场调查的原则与作用

1.1.4 市场调查的产生与发展

1.2 市场调查的机构与人员

1.2.1 市场调查的机构

1.2.2 市场调查人员

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第2章 市场调查的内容与调查方案设计

导入案例

2.1 市场调查的内容

2.1.1 宏观环境调查

2.1.2 微观环境调查

2.1.3 市场营销活动调查

2.2 市场调查的程序

2.3 市场调查方案的设计

2.3.1 市场调查方案设计的意义

2.3.2 市场调查方案设计

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第3章 市场调查概论

导入案例

3.1 文案调查

3.1.1 文案调查的特点和功能

3.1.2 文案调查资料的来源

3.1.3 文案调查的方式

3.1.4 文案调查资料的评估

3.2 访问法

3.2.1 访问法的含义

3.2.2 面谈访问法

3.2.3 电话访问调查法

3.2.4 邮寄调查法

3.2.5 留置调查法

3.3 观察法

3.3.1 观察法的含义

<<市场调查与预测>>

- 3.3.2 观察法的分类
- 3.3.3 观察法的优缺点
- 3.3.4 观察法的用途
- 3.4 实验法
 - 3.4.1 实验法的含义
 - 3.4.2 实验法的分类
 - 3.4.3 实验法的优缺点
 - 3.4.4 实验法的设计
- 3.5 网络调查法
 - 3.5.1 网络调查的兴起
 - 3.5.2 网络调查的常用方法
 - 3.5.3 网络调查的优缺点
 - 3.5.4 网络调查的应用范围

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第4章 抽样调查

导入案例

- 4.1 抽样调查的基本问题
 - 4.1.1 抽样调查的概念与特征
 - 4.1.2 抽样调查中的基本概念
 - 4.1.3 抽样误差的确定
- 4.2 抽样调查的程序
- 4.3 抽样调查方式
 - 4.3.1 随机抽样
 - 4.3.2 非随机抽样

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第5章 问卷设计技术

导入案例

- 5.1 问卷设计概述
 - 5.1.1 问卷设计的含义
 - 5.1.2 问卷的基本结构
 - 5.1.3 问卷设计的原则
 - 5.1.4 问卷设计的程序
- 5.2 问卷设计的技术
 - 5.2.1 问题的类型
 - 5.2.2 问卷问题的设计
 - 5.2.3 问卷设计的注意事项
- 5.3 态度量表的设计
 - 5.3.1 量表的类型
 - 5.3.2 市场调查常用的几种量表

<<市场调查与预测>>

5.3.3 选择量表时应考虑的——些基本因素

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第6章 市场调查资料的整理与分析

导入案例

6.1 市场调查资料的整理

6.1.1 市场调查资料整理的意义

6.1.2 市场调查资料整理的基本原则

6.1.3 市场调查资料整理的流程

6.2 市场调查资料的分析

6.2.1 市场调查资料静态分析

6.2.2 市场调查资料动态分析

6.2.3 统计分析软件spss简介

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第7章 市场预测基本理论

导入案例

7.1 市场预测的含义和作用

7.1.1 市场预测的含义

7.1.2 市场预测的作用

7.2 市场预测的内容和种类

7.2.1 市场预测的内容

7.2.2 市场预测的种类

7.3 市场预测的一般步骤

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

第8章 定性预测方法

导入案例

8.1 定性预测方法的概念

8.1.1 定性预测的优点

8.1.2 定性预测的不足

8.2 对比类推法

8.2.1 产品类推法

8.2.2 地区类推法

8.2.3 行业类推法

8.2.4 局部总体类推法

8.3 集合意见法

8.3.1 集合企业经营管理人意见法

<<市场调查与预测>>

8.3.2 集合业务人员意见法

8.3.3 业务人员意见综合法

8.4 德尔菲法

8.4.1 德尔菲法的基本概念

8.4.2 德尔菲法的运用

8.4.3 德尔菲法的优缺点

8.5 其他定性预测法

8.5.1 购买意见预测法

8.5.2 预购测算法

8.5.3 消费水平预测法

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

第9章 时间序列预测法和回归分析预测法

导入案例

9.1 时间序列预测法

9.1.1 时间序列预测法概述

9.1.2 平均预测法

9.1.3 指数平滑预测法

9.1.4 趋势延伸法

9.1.5 季节指数预测法

9.2 回归分析预测法

9.2.1 回归分析预测法概述

9.2.2 一元线性回归分析预测法

9.2.3 多元线性回归分析预测法

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

第10章 市场调查报告的撰写

导入案例

10.1 调查报告的特点及作用

10.1.1 调查报告的特点

10.1.2 调查报告的作用

10.2 调查报告的结构

10.2.1 调查报告撰写的原则

10.2.2 调查报告的写作步骤

10.2.3 调查报告的格式

10.2.4 撰写调查报告应注意的问题

10.3 调查报告的准备

10.3.1 访问委托人

10.3.2 了解读者

10.3.3 调查报告的写作技巧

10.4 口头调查报告

10.4.1 口头调查报告的重要性及特点

10.4.2 口头调查报告材料的准备

<<市场调查与预测>>

10.4.3 口头调查报告的主要内容

10.4.4 口头调查报告成功的基本要素

本章小结

复习思考题

课堂实训

课外实训

案例分析

参考文献

<<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>