

<<市场调查实验教程>>

图书基本信息

书名：<<市场调查实验教程>>

13位ISBN编号：9787303147380

10位ISBN编号：7303147381

出版时间：2012-7

出版时间：北京师范大学出版集团，北京师范大学出版社

作者：钟静

页数：197

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>

<<市场调查实验教程>>

内容概要

《普通高等院校文科系列实验教材：市场调查实验教程》从希望读者最终能够掌握的基本技能出发，将所有的知识分为5大类主题任务，然后在每个任务中挑选比较有特点的方法安排3个左右的具体实验项目。

本书中实验项目的设计就是希望通过一个个命题的设置，让读者在开始学习具体的内容和方法之前就能够直接面对问题，然后带着问题去学习，最后在全局学习过程结束后再返回实验项目本身，通过解决问题来检验知识的学习效果。

这也是本书为什么被命名为“实验教程”的原因之一。

<<市场调查实验教程>>

书籍目录

引言 市场调查方法概述 第一章 二手资料调查法 第一节 二手资料调查法概述 一、二手资料调查法的基本概念 二、二手资料调查法的应用 三、二手资料的来源 第二节 二手资料调查法的实施程序 一、二手资料调查准备 二、二手资料调查实施 三、二手资料的整理分析 四、实验项目一：二手资料调查法的使用 本章任务检查站 第二章 定性调查方法 / 15 第一节 定性调查方法概述 第二节 小组座谈法 一、小组座谈法的基本概念 二、小组座谈会的准备和实施 三、小组座谈会结果的整理与分析 四、实验项目二：小组座谈会的设计和实施 第三节 投影技法 一、投影技法的基本概念 二、在调查中合理运用投影技法 三、实验项目三：投影技法的设计和使用 本章任务检查站 第三章 访问法 第一节 访问法概述 第二节 个人访问法 一、个人访问法的基本概念和类型 二、个人访问法的实施步骤 三、个人访问法的设计要点 四、实验项目四：个人访问法的设计与实施 第三节 电话访问法 一、电话访问法的基本概念和类型 二、电话访问法的设计要点 三、实验项目五：电话访问法的设计与实施 第四节 自我管理式问卷调查法 一、自我管理式问卷调查法的基本概念和类型 二、设计实施自我管理式问卷调查法的注意事项 三、实验项目六：自我管理式问卷调查法的设计与实施 本章任务检查站 第四章 观察法和实验法 第一节 观察法和实验法概述 一、观察法概述 二、实验法概述 第二节 神秘购物者调查法 一、神秘购物者调查法的基本概念 二、神秘购物者调查法实施时的要点 三、实验项目七：神秘购物者调查法的设计和应用 第三节 内容分析法 一、内容分析法的基本概念和分析对象 二、内容分析法的实施过程 三、内容分析法的设计要点 四、实验项目八：内容分析法的设计和应用 第四节 市场测试 一、市场测试及相关概念 二、市场测试的实施 三、市场测试的新发展 四、实验项目九：市场测试的设计和应用 本章任务检查站 第五章 市场调查设计 第一节 调查方案设计 一、市场调查的基本流程 二、界定问题的重要性和具体方法 三、市场调查的具体步骤 四、实验项目十：市场调查方案设计实践 第二节 抽样方案设计 一、抽样的基本概念 二、抽样技术的分类和抽样程序 三、非概率抽样的具体方法和实施要点 四、概率抽样的具体方法和实施要点 五、实验项目十一：抽样方案设计实践 第三节 问卷设计 一、问卷的基本概念、结构和类型 二、问卷设计的一般过程 三、问卷设计的基本题型 四、问卷题目和答案的设计 五、实验项目十二：调查问卷的设计实践 本章任务检查站 第六章 市场调查项目的实地运作 第一节 市场调查项目的准备与实施 一、调查项目的组织实施 二、调查员的选拔、培训与监督 三、实验项目十三：市场调查项目的实施 第二节 数据统计和数据分析 一、SPSS软件基本情况介绍 二、使用SPSS软件建立数据库 三、利用SPSS软件进行数据处理 四、实验项目十四：运用数据统计软件进行数据分析 第三节 调查报告的撰写与沟通 一、市场调查报告的基本概念 二、市场调查报告中的口头交流 三、市场调查报告的撰写思路和图表应用 四、实验项目十五：调查报告的撰写与沟通 本章任务检查站 参考书目 / 197

<<市场调查实验教程>>

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>