

<<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：9787306037008

10位ISBN编号：7306037005

出版时间：2010-8

出版时间：中山大学出版社

作者：胡穗华，张伟今，谢虹 主编

页数：338

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

本书以市场调查与预测理论和方法应用为研究对象，内容通俗易懂，具有很强的实用性和可操作性，专门为高职高专经济管理人才的培养和企业经营管理人员的市场运作服务。

本书编者为学生提供了一套完整的学习工具和方法：首先，每章均有“引子案例”引出本章要讨论的主要内容；其次，大量的案例和相关链接穿插其中，帮助学生理解和掌握知识点；再次，每章后面附有练习与思考、案例分析或计算分析题，提高读者的综合分析能力和解决问题的能力；最后，每章均有针对本章内容设置的实操训练，方便学生进入角色，从第一章选题开始到第十二章完成为止，就意味着读者可以完成一份较高质量的市场调查与预测报告，从而真正做到学以致用。

本书既可作为财经类和管理类高职高专学生的专业课教材或非管理类专业本科学生的选修课教材使用，也可作为企业经营管理人员和社会人士培训或自学用书。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

总序第二版前言第一版前言第一章 市场调查与预测概论 第一节 市场调查与预测的含义 一、企业与市场的含义 二、市场调查与预测的含义 第二节 市场调查与预测的种类和内容 一、市场调查与预测的种类 二、市场调查与预测的内容 第三节 市场调查与预测的机构和人员 一、市场调查与预测机构的构成 二、市场调查与预测人员的选择和培训 本章小结 关键概念 练习与思考 实操训练一第二章 市场调查与预测策划 第一节 市场调查与预测的程序 一、市场调查的程序 二、市场预测的程序 第二节 市场调查与预测策划 一、明确市场调查与预测主题 二、确定市场调查与预测对象和范围 三、确定市场调查与预测的具体项目和内容 四、选择市场调查与预测的方法 五、设计和测试调查问卷与调查工具 六、制定市场调查与预测计划进度 七、编制市场调查与预测经费预算 八、撰写市场调查与预测策划书 第三节 市场调查与预测策划书 一、市场调查与预测策划书的格式 二、市场调查与预测策划书案例 本章小结 关键概念 练习与思考 实操训练二第三章 调查问卷与态度测量设计 第一节 调查问卷及其设计概述 一、调查问卷的含义与特点 二、调查问卷的设计 第二节 问句、备选答案与指导语的设计 一、问句、备选答案与指导语的含义 二、调查问卷问答方法 三、调查问卷问题类型 第三节 态度测量设计 一、态度与态度测量的含义 二、态度测量的量表及其类型 三、态度测量技术 本章小结 关键概念一 练习与思考 实操训练三第四章 市场调查方法 第一节 文献调查法 一、文献调查法的含义 二、文献调查法的特点 三、文献资料的来源第五章 市场调查方式的选择第六章 市场调查资料的整理第七章 市场调查资料分析第八章 定性预测法第九章 时间序列预测法第十章 回归分析预测法第十一章 市场调查与预测的应用第十二章 市场调查与预测报告参考文献附表

<<市场调查与预测>>

编辑推荐

在《市场调查与预测（第2版）》的编写过程中，作者针对读者的需要，在系统介绍市场调查与预测的知识点并尽可能吸纳新的研究成果的同时，力求从体系上和内容上有所创新：第一，将知识点融入大量的案例和相关链接之中，通俗易懂；第二，将市场调查与市场预测两个部分有机地结合在一起，既相互融合又自成体系；第三，借助于实操训练，使读者真正熟悉市场调查与预测的各个环节；第四，让案例尽可能贴近读者的知识背景；第五，通过每章后面的练习与思考、案例分析或计算分析题等巩固知识点。

<<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>