

## <<市场分析与预测>>

### 图书基本信息

书名：<<市场分析与预测>>

13位ISBN编号：9787309015355

10位ISBN编号：7309015355

出版时间：1995-10

出版时间：复旦大学出版社

作者：樊东黎

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>

## <<市场分析与预测>>

### 内容概要

#### 内 容 提 要

本书为《英汉对照经济知识丛书》之一，主要论述当今国外所使用并流行的关于市场营销与预测方面的基本概念、操作程序和科学方法。

全书共由四大部分组成，分别介绍市场经济决策中的信息来源及其价值、分析方法与预测技巧。

系统阐明了如何对所获信息进行科学的加工和有效的处理。

重点突出怎样利用所加工的信息从事市场营销，包括实例分析与处理。

此外，本书还对市场预测潜力及其发展前景作了较为详尽的论述。

书末另附英汉对照专用词汇表，便于读者参阅。

## <<市场分析与预测>>

### 书籍目录

#### 目次

#### 编者的话

#### 第一章 信息与决策

##### 一、决策树分析

##### 二、信息的期望值：定量计算

##### 三、信息的来源

##### 甲 次级来源：

###### 一 内部来源

###### 二 外部来源

##### 乙 初级来源：

###### 三 非正式来源

###### 四 定性方法

##### 1内省方法

##### 2深入采访

##### 3焦点群体访谈

###### 五 观察

##### 1直接与间接量度

##### 2人员观察者与机械观察者

##### 3公开的与隐匿的观察者

###### 六 调查

###### 七 固定样本调查

###### 八 试验

##### 1研究室试验

##### 2现场试验

###### 九 模型或模拟

#### 四、分析计划

#### 五、数据收集方法

##### 一 观察

##### 二 询问

##### 三 模拟

#### 第二章 市场分析过程：初步准备

##### 一、寻求因果关系

###### 一 同时发生变动

###### 二 谁先谁后

###### 三 剔除备选的解释

##### 二、试验设计

##### 三、调查与问卷

##### 四、抽样方法

##### 五、量度与尺度

###### 一 名义（分类）尺度

###### 二 序数尺度

###### 三 间隔尺度

###### 四 比率尺度

#### 第二章附录：

##### 一 比较判断法则

## <<市场分析与预测>>

### 二 德尔菲程序

## 第三章 市场分析过程：方法论

### 一、相关分析与相关系数

### 二、回归分析

### 三、编组程序

#### 一 因素分析

#### 二 聚类分析

## 第四章 市场预测及其方法

### 一、精确性问题

#### 一 利益决定因素

#### 二 费用决定因素

### 二、市场潜力估计

#### 一 连续比率

#### 二 细分组合法

#### 三 加权指数

### 三、预测方法

#### 一 定性法

#### 1判断

#### 2专家投票

##### 二 外推法：定性方法

#### 1上期值加上X百分比

#### 2图形打量法

##### 三 外推法：定量方法

#### 1移动平均法

#### 2指数平滑法

#### 3时间序列回归

##### 四 模型构造法

#### 1经验模型

#### 2流行方式模型

#### 3投入 - 产出模型

#### 4一元方程回归模型

#### 5联列方程模型

#### 词汇表

<<市场分析与预测>>

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>