

<<广告营销调查>>

图书基本信息

书名：<<广告营销调查>>

13位ISBN编号：9787504339119

10位ISBN编号：7504339113

出版时间：2002-6-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘友林,曾振华

页数：382

字数：250000

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>

<<广告营销调查>>

内容概要

广告营销调查，由市场调查，营销调研发展而来。

由于市场经济、广告及营销环境始终处于不断发展之中，广告营销调查也随之不断发展，再加上研究者们角度及认识的不同，因此对广告营销调查也有种种理解上的差异.....

<<广告营销调查>>

书籍目录

上篇 基础篇第一章 概述第二章 广告营销调查的策划中篇 方法篇第三章 抽样设计第四章 问卷设计第五章 资料收集方法第六章 定性调研第七章 态度测量下篇 应用篇第八章 固定样本连续调查第九章 产品第十章 目标市场调查第十一章 广告调查第十二章 数据处理与基本数据分析第十三章 广告营销调查报的撰写附录

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>