

<<市场调研>>

图书基本信息

书名：<<市场调研>>

13位ISBN编号：9787505861596

10位ISBN编号：750586159X

出版时间：2007-3

出版时间：经济科学

作者：屈援 编

页数：244

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>

<<市场调研>>

内容概要

本书将统计分析方法与计算机统计软件Excel有机结合在一起，克服了同类教材呆板地以理论为主的缺点，增强了本书的实用性和可操作性。

本书内容包括：市场调研方案的设计、抽样调研方案的设计、市场调研资料的收集方法、问卷的设计、市场调研现场质量控制、调查资料的处理与统计分析、市场调研报告的撰写等。

<<市场调研>>

书籍目录

第一章 概论第一节 市场调研的内容第二节 市场调研的性质第三节 市场调研的定义第四节 市场调研的分类第五节 市场调研的作用第六节 市场调研的一般过程第七节 市场调研机构在中国第二章 市场调研方案的设计第一节 市场调研方案的几种类型第二节 市场调研方案的主要内容第三节 市场调研方案的设计流程第四节 市场调研问题的识别与确认第五节 市场调研内容的确认第六节 市场调研方案的撰写第三章 抽样调研方案的设计第一节 抽样调研的基本概念第二节 概率抽样第三节 非概率抽样第四节 样本量的确定第四章 市场调研资料的收集方法第一节 定性与定量市场调研第二节 文案调研第三节 定性调研第四节 定量调研第五章 问卷的设计第一节 问卷的作用第二节 问卷设计的程序第三节 问卷题型设计第四节 测量的基本概念和尺度第五节 问卷的信度和效度第六节 Excel在问卷设计中的应用第六章 市场调研现场质量控制第一节 市场调研质量与误差第二节 市场调研质量控制的原则第三节 调研队伍的组织与培训第四节 案例第七章 调查资料的处理与统计分析第一节 调查数据与文件的准备第二节 市场调查资料分析的基本内容与方法第三节 描述性统计分析第四节 推论统计分析——参数估计第八章 市场调研报告的撰写第一节 调研报告的撰写第二节 两类市场调研报告的结构和内容附录参考文献

<<市场调研>>

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>