

<<市场调研>>

图书基本信息

书名：<<市场调研>>

13位ISBN编号：9787506621632

10位ISBN编号：7506621630

出版时间：2000-3-1

出版时间：中国标准出版社

作者：海格

译者：张天赐

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

本书通过清晰、简洁的阐述和建议以及来源于生活实践的案例研究，使得市场调研工作简单而易于操作，即使之前没有这方面基础知识的读者经过本书指导之后也能朗朗上手。

本书对市场调研的基本知识与技能给予了直接明了的介绍，包括市场调研计划的制定、桌面调研、定性与定量调研、抽样、问卷设计、数据资料的收集与分析等，并对市场调研的新发展，如国际互联网的开发与利用、在线数据库、顾客满意度调查等进行了阐述与预测。

<<市场调研>>

作者简介

海格为BIB国际有限公司总经理，他定期进行市场调研行业的出版及有关该主题的论坛讲座。其著作包含了他30余年经营市场调研机构的时间经验，并已被翻译成多种文字。他还是曼彻斯特城市大学的访问学者及曼彻斯特商业学院的客座讲师。

<<市场调研>>

书籍目录

- 第一章 什么是市场调研
- 第二章 应用
- 第三章 制定市场调研计划
- 第四章 桌面调研
- 第五章 定性调研
- 第六章 定量调研
- 第七章 样本
- 第八章 问卷设计
- 第九章 数据资料收集
- 第十章 产品试验
- 第十一章 数据资料的分析
- 第十二章 报告
- 第十三章 市场调研行业

<<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>