

<<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：9787509523483

10位ISBN编号：7509523486

出版时间：2010-9

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：黄少年，董云展 主编

页数：194

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>>

前言

本书是财政部规划教材，由财政部教材编审委员会组织编写并审定，作为全国高职高专院校财经类教材。

本书坚持以应用和实用为主旨构建教材内容体系，力争使学生达到提高“三大能力、四大目标”的目的。

所谓“三大能力”，即调查研究的能力、处理与分析市场资料的能力、市场预测分析能力；所谓“四大目标”，即素质目标（能根据市场需要科学开展市场调查与预测活动，具备市场调研与预测的意识），知识目标（掌握市场调查与预测的基本理论与基本方法），能力目标（具有独立开展市场调查与预测的策划、组织与实施能力），技能目标（掌握市场调查与预测的基本技术，如各种调查技术、预测技术等）。

具体来说，本书有以下特点：1.紧密围绕财政部教材编写委员会的要求和高职高专人才培养方案，注重理论与实践相结合，以体现高职高专的人才培养特色。

2.突出高职高专应用型人才培养的特点，以技能培养与素质为取材的出发点，着力培养学生的动手操作能力与创新能力。

3.坚持按照“新、精、实”的原则选取教学内容，即在理论够用基础上重点选取市场调查与预测实务方面的内容，强化学生能力与技能的学习与训练，并使其具有实用价值与可操作性。

4.力求内容新颖、结构合理、通俗易懂、实用性强，以着重提高学生分析问题、解决问题的能力。

5.注重图表、案例的应用。

本书由黄少年、董云展担任主编，胡宝臣担任副主编。

具体分工如下：第一章由黄少年（湖北财经高等专科学校）编写，并设计大纲和总纂定稿；第二章、第三章由赵铁（山西财政税务专科学校）编写；第四章、第九章由张文春（江苏财经职业技术学院）编写；第五章由韩千里（四川财经职业学院）编写；第六章、第七章由胡宝臣（河南财政税务高等专科学校）编写；第八章由董云展（河南财政税务高等专科学校）编写。

<<市场调查与预测>>

内容概要

本书坚持以应用和实用为主旨构建教材内容体系，力争使学生达到提高“三大能力、四大目标”的目的。

所谓“三大能力”，即调查研究的能力、处理与分析市场资料的能力、市场预测分析能力；所谓“四大目标”，即素质目标（能根据市场需要科学开展市场调查与预测活动，具备市场调研与预测的意识），知识目标（掌握市场调查与预测的基本理论与基本方法），能力目标（具有独立开展市场调查与预测的策划、组织与实施能力），技能目标（掌握市场调查与预测的基本技术，如各种调查技术、预测技术等）。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 市场调查概述 第一节 市场调查的概念 第二节 市场调查的类型 第三节 市场调查的程序
第四节 市场调查的内容第二章 市场调查设计 第一节 市场调查方案设计 第二节 市场调查问卷设计
第三节 市场抽样调查设计第三章 直接调查法 第一节 观察调查法 第二节 询问调查法 第三节
实验调查法第四章 间接调查法 第一节 文案调查法 第二节 网络调查法第五章 市场调查资料的处理
第一节 市场调查资料的整理 第二节 市场调查资料的分析 第三节 市场调查报告第六章 市场预测
概述 第一节 市场预测的概念与作用 第二节 市场预测的类型与内容 第三节 市场预测的原理与原则
第四节 市场预测的方法与程序第七章 定性预测法 第一节 对比类推预测法 第二节 集合意见预测法
第三节 专家预测法 第四节 其他定性预测方法第八章 时间序列预测法 第一节 平均预测法
第二节 移动平均预测法 第三节 指数平滑预测法 第四节 趋势预测法 第五节 季节变动预测法第九章
回归预测法 第一节 回归预测的基本原理 第二节 线性回归预测法 第三节 非线性回归预测法参
考文献

<<市场调查与预测>>

章节摘录

(一) 网络调查的应用展望 网络调查将成为21世纪应用领域最广泛的主流调查方法之一, 网络调查既适合于个案调查也适合于统计调查。

对于从事资讯调查业的调查组织来说, 可以开展营利性的网络调查业务; 对于政府机构和社会团体来说, 可以开展非营利性的调查研究项目。

营利性的资讯调查组织的网络调查服务, 可以由面向全体网络用户免费开放的公众调查信息浏览服务、面向收费会员客户的调查信息数据库查询与释出服务和面向特需客户的收费委托调查业务服务应用服务等各层次构成。

政府机构和社会团体开展的网络调查工作, 可以包括统计调查、市场调查、民意调查和研究项目调查等。

(二) 现阶段我国网络调查的应用 根据网络调查方式的优势和目前国内国际互联网的应用现状, 网络调查可以应用在针对网络群体有效的实验性调查和民意调查项目上, 具体可以考虑应用在如下方面: 1. 市场调查。

网络市场调查在欧美国际互联网发达国家已经是较普遍的形式, 鉴于我国国际互联网用户还不够多, 利用国际互联网实施市场调查应首先在一定领域进行。

目前, 针对地区IT产品性能改进与服务的调查项目、与电子商务(EC)用户密切相关的调查项目、IT客户资料调查项目等可以实施网络调查。

因为网络用户在这些调查项目上有代表性, 且最合适也最经济快捷。

2. 实验性调查。

设计并实施一项调查任务是一个复杂和极其重要的工作, 为了检验和修正调查方案及指标体系的可行性、科学性或取得一些辅助资料, 调查组织者往往在正式调查之前开展一些实验性调查。

目前, 一些关于城市年轻人群的调查项目的辅助设计和实验性调查可以采用网络调查, 而且简单、快捷、费用低廉。

3. 民意调查。

网络调查在民意调查中有着十分重要的应用价值。

比如, 国家进行国家大剧院建设方案的论证, 因为国家大剧院是一个文化品味很高的建设项目, 应该体现年轻知识阶层的想法, 反映当代青年知识群体的想法, 采用网络调查就很合适, 调查过程中可以将国家大剧院设计方案及相关背景资料一同展示在互联网, 由网络用户投票, 也可以同时提出建设性意见。

又比如, 针对转轨时期人才流动、国有企业改革、居民投资意向、城市特殊群体生活方式等热点社会问题的调查, 也适合采用网络调查方式。

总之, 网络调查的适用范围很广, 这一点会随着国际互联网应用的普及逐渐显示出来。

<<市场调查与预测>>

编辑推荐

《市场调查与预测》是财政部规划教材，全国高职高专院校财经类教材之一。

<<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>