

<<市场调研方法应用>>

图书基本信息

书名：<<市场调研方法应用>>

13位ISBN编号：9787509612255

10位ISBN编号：750961225X

出版时间：2011-3

出版时间：经济管理

作者：张梦霞 编

页数：347

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>

<<市场调研方法应用>>

内容概要

伴随着经济全球化进程的加快,越来越多的中国企业认识到国际化经营的重要性和紧迫性,也感受到国际化经营带来的前所未有的压力。

在国际化转型的过程中,一支优秀的国际化管理团队是必不可少的重要条件。

高等学校肩负着人才培养、科学研究和服务社会的使命,培养面向国际化的新型人才,是高等学校义不容辞、责无旁贷的使命。

国际化人才的培养是一项系统工程,而在该项系统工程的诸多要素中,与国际接轨的教材是其中的基础工程。

首都经济贸易大学工商管理学院经过长期实践,在人才培养方面积累了较为丰富的经验。

这套《首都经济贸易大学工商管理系列教材》就是由首都经济贸易大学工商管理学院策划、出版的一套面向国际化人才培养目标的工商管理系列教材,涵盖了工商管理学科的主干课程。

本套丛书具有以下几个特点:

一、国际化视野。

首都经济贸易大学工商管理学院长期与美国、法国、日本等国大学进行合作,每年互派多名教师进行教学、科研交流,这对于提升教师的国际化视野具有很大的帮助。

本套教材的作者大都具有在国外学习、研究的经历。

他们比较了解世界各国实业界对工商管理人才的需求变化趋势,比较熟悉世界各国工商管理教育的现状,具有比较开阔的国际化视野。

二、国际化内容。

本套教材的作者在广泛参考各国优秀教材的基础上,根据世界各国企业对工商管理人才需求的变化,组织教材内容编写,开发出适合国际化要求的教材。

例如,许多教材都突出了国际化企业的管理理念、国际化企业的商务沟通、国际化企业的竞争战略等内容,适应了国际化的教学需要。

三、国际化教学方式。

本套教材的作者在深入借鉴各国优秀教学方式、方法的基础上,根据工商管理专业的实际,采用国际化案例教学方法组织教材编写。

本套教材包含了大量国际、国内企业的案例,可以供教师或学生进行案例教学使用。

<<市场调研方法应用>>

书籍目录

- 第一章 市场调研概述
 - 第一节 市场调研的界定
 - 第二节 市场调研的内容和范围
 - 第三节 市场调研的基本原则
 - 第四节 市场调研机构
 - 第五节 市场调研伦理
 - 第二章 市场调研过程
 - 第一节 市场调研方案制定前的预备工作
 - 第二节 市场调研的分类
 - 第三节 市场调研的步骤
 - 第四节 市场调研的预算
 - 第五节 市场调研实施计划书
 - 第六节 市场调研方案的评估
 - 第三章 界定市场调研问题
 - 第一节 影响调研问题界定的要素
 - 第二节 管理决策问题与市场调研问题的差异
 - 第三节 确定收集资料的范围
 - 第四节 识别和确认市场调研问题
 - 第四章 市场调研方案设计
 - 第一节 市场调研方案设计概述
 - 第二节 探索性调研
 - 第三节 描述性调研
 - 第四节 因果性调研
 - 第五章 选择市场调研方法
 - 第六章 度量技术与量表
 - 第七章 问卷设计技术
 - 第八章 抽样技术
 - 第九章 基本数据分析与SPSS软件应用
 - 第十章 方差分析与SPSS软件应用
 - 第十一章 销售预测概述
 - 第十二章 定性预测方法
 - 第十三章 回归分析预测方法与SPSS软件应用
 - 第十四章 时间序列预测方法与SPSS软件应用
 - 第十五章 马尔科夫预测法
 - 第十六章 市场调查报告的撰写
- 参考文献
后记

<<市场调研方法应用>>

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>