

<<市场调查>>

图书基本信息

书名：<<市场调查>>

13位ISBN编号：9787543222038

10位ISBN编号：7543222035

出版时间：2013-1

出版时间：格致出版社

作者：蒋萍

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>>

内容概要

《市场调查》修订是在保持原教材体系和风格的基础上，参考和汲取了一些国内外优秀著作和教材的新内容，对本书原有的结构和内容进行了调整，形成了《市场调查(第2版)》主要包括：

(1)订正了一些过时的信息，修正了原先一些不规范的表述，并对全书的公式进行了仔细核查，改正了上一版中存在的错误。

(2)增加了部分新案例。

这些案例大多数是编著者所做项目的实际案例。

例如，在第四章新增深层访谈法的应用案例，以某IT产业园培训中心的市场定位案例，说明什么时候需要使用深层访谈，以及深层访谈提纲的设计思路。

在第五章新增计算机辅助电话调查的应用案例，以中国软件自主创新调查为例，介绍如何筛选数据采集方法，以及如何应用计算机辅助电话调查方法。

(3)对本书原有的结构和内容进行了调整，注重反映市场调查的最新进展。

例如，在第六章新增态度测量，以反映与消费者有关的态度和行为的量表测量技术的进展。

蒋萍主编的《市场调查(第2版)》可以作为统计学专业学生市场调查方面课程的教材，也可以用作非统计学专业学生和各类人员学习市场调查技术的教材或参考书。

<<市场调查>>

书籍目录

第一章 总论 第一节 市场调查的定义、功能与作用 第二节 市场调查的分类和内容 第三节 市场调查的历史和未来 第四节 市场调查中的道德问题 本章小结 思考与练习第二章 调查方案的设计 第一节 市场调查信息及其用户的相关知识 第二节 调查方案设计的含义和内容 第三节 调查方案的可行性研究 本章小结 思考与练习第三章 已有资料的收集 第一节 已有资料的性质 第二节 已有资料的来源 第三节 已有资料的收集与评估 本章小结 思考与练习第四章 原始资料的收集方法定性资料的收集 第一节 定性调查概述 第二节 焦点小组访谈法 第三节 深层访谈法 第四节 德尔菲法 第五节 投射法 本章小结 思考与练习第五章原始资料的收集方法定量资料的收集 第一节 询问法 第二节 观察法 第三节 实验法 本章小结 思考与练习第六章 量表及其设计 第一节 测量与量表 第二节 顺序量表设计 第三节 等距量表设计 第四节 等比量表设计 第五节 态度测量 本章小结 思考与练习第七章 问卷设计 第一节 问卷的基本问题 第二节 问题的设计 第三节 选项的设计 第四节 编码的设计 本章小结 思考与练习 附录第八章 抽样设计思路与方法 第一节 抽样设计 第二节 随机抽样 第三节 非随机抽样 第四节 随机抽样的调查误差 第五节 抽样推断方法与样本容量的确定 本章小结 思考与练习第九章 市场调查的组织与实施 第一节 市场调查的团队组织 第二节 调查员及其培训 第三节 调查前的准备 第四节 调查的实施与控制 本章小结 思考与练习第十章 数据处理 第一节 数据处理及前期准备 第二节 般数据处理流程 第三节 其他数据处理流程简介 第四节 与数据处理相关的新技术 本章小结 思考与练习第十章 数据分析方法 第一节 统计分析方法I描述统计 第二节 统计分析方法 推断统计 第三节 统计分析方法 多元统计分析 本章小结 思考与练习第十二章 市场调查报告 第一节 市场调查报告的写作原则及其分类 第二节 书面调查报告 第三节 市场调查口头报告 本章小结 思考与练习参考文献

<<市场调查>>

编辑推荐

近年来，随着市场经济的繁荣壮大，市场调查的手段越来越先进、便捷，出现了一些新的市场调查方法、新的调查数据处理技术。

同时，随着自身教学科研工作的展开，《市场调查》一书的作者们蒋萍等对市场调查基本问题、基本理论以及基本内容等的认识也在不断深化和提高。

这些都需要及时准确地反映到教材中来，为广大读者提供内容更全面、信息量更大更新、理论观点更系统的市场调查教材。

基于上述思考，我们对本书一书进行了全面修订便出版了《市场调查(第2版)》。

<<市场调查>>

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>