第一图书网, tushu007.com

<<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：9787560835211

10位ISBN编号：756083521X

出版时间：2007-5

出版时间：同济大学出版社

作者：叶明海，于磊，胡志莹　编著

页数：419

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

第一图书网, tushu007.com

<<市场调查与预测>>

内容概要

本书介绍了市场调查与预测相关的基本概念，市场环境、消费需求、消费行为分析的理论和方法，论述了市场调查的理论、技巧及实务，并融各种市场预测的理论、方法及应用于一体，具有较强的实用性和可操作性。
书中每章末均附有复习思考题并配有大量的案例，便于读者自学以及加深对本书的理解。

本书可作为MBA教学及普通高等院校经济、管理类专业本（专）科教材，也可作为市场研究专业人士的参考资料。
还可供企事业单位各层次经济管理人员阅读和参考。

第一图书网, tushu007.com

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章　概论　第一节　市场的概念及其分类　第二节　市场调查与市场预测概述　第三节　市场调查与市场预测的方法论基础第二章　市场调查与市场预测的组织和执行　第一节　市场调查机构和企业内部市场调查部门的设置　第二节　市场调查的组织方式分类　第三节　市场调查与市场预测的步骤　第四节　数据资料的搜集和整理第三章　市场环境的调查、研究和分析　第一节　市场宏观环境因素的调查和研究　第二节　微观环境因素　第三节　市场竞争　第四节　市场环境分析方法第四章　需求行为分析　第一节　消费品需求行为的研究　第二节　组织需求行为研究　第三节　工业品需求行为分析第五章　抽样理论与实践　第一节　抽样基本理论　第二节　抽样方法　第三节　非概率抽样第六章　市场调查的方法——定性市场调查　第一节　定性市场调查　第二节　市场调查中的问题　第三节　提高回答率的方法第七章　市场调查的方法——定量调查　第一节　测量与测量尺度　第二节　态度评价第八章　问卷设计技术　第一节　问卷设计的意义与程序　第二节　问卷设计的技术　第三节　问卷结构及相关问题　第四节　问卷测试　第五节　问卷的编码第九章　数据分析基础（一）　第一节　数据分析的作用与要求　第二节　交叉列表分析技术　第三节　综合指标分析与动态分析法　第四节　数据资料的概括技术第十章　数据分析基础（二）　第一节　数据分析中的基本统计量　第二节　参数估计和假设检验的基本原理　第三节　方差分析第十一章　市场预测原理与步骤　第一节　市场预测的概念和类型　第二节　市场预测的步骤　第三节　预测方法的选择和应用第十二章　定性预测方法　第一节　对比类推法　第二节　集体经验判断法　第三节　德尔斐法　第四节　其他定性预测方法第十三章　时间序列预测法（一）　第一节　简单平均法　第二节　移动平均数法　第三节　指数平滑法第十四章　时间序列预测法（二）　第一节　长期趋势预测法概述　第二节　多项式曲线预测法　第三节　指数曲线预测法　第四节　生长曲线趋势外推法第十五章　因果分析预测第十六章　其他数据分析方法第十七章　市场调查与市场预测方法综合应用实例参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<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