

<<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：9787561836910

10位ISBN编号：7561836910

出版时间：2010-8

出版时间：天津大学出版社

作者：卢瑜，杜品 著

页数：245

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

随着我国市场经济的不断发展成熟，越来越多的企业认识到市场调查与预测是现代企业经营决策不可缺少的重要信息源之一，同时也是加强企业经营管理的有效手段之一。

市场调查与预测作为市场营销专业的核心课程以及经管类专业的必修课程也越来越受到重视。

根据国家教育部有关高职高专应用型人才培养的精神，编写适合高职高专学生使用的专业教材，要能更好地培养市场营销专业学生的素质，体现现代高职高专人才培养中“以就业为导向、以技能为核心”的要求。

在本教材的编写中。

编者本着现代、创新与适用的原则，突出高职教育中“能力本位”的特点，融入了现代市场营销的变化与发展趋势，实现与学生相关技能的对接。

本教材具有如下特点： 1.内容充实.结构清晰 本教材结合现代市场营销中开展市场调查与预测的实际需要。

系统介绍了市场调查与预测的基本理论、方法与技术，满足市场营销专业学生的学习需求，达到高职高专人才培养的目标。

2.案例导入，启发性强本教材的绝大部分章节都配有案例，每章的开头都以案例导入，具有很强的实用性和可操作性，可以提升学生学习的兴趣，引发学生主动思考，形成一种自我学习的驱动力，从而培养学生的市场调查与预测的能力。

3.突出教师与学生的双向联动 本教材纠正了传统教材编写偏重理论知识的倾向，加设了有关技能训练、案例分析等栏目，并辅之以学习目标、本章小结、思考题等，使之成为一个系统结合的有机整体，突出并实现了教师与学生的双向联动。

全书由山西旅游职业学院卢瑜、河北交通职业技术学院杜品、河北交通职业技术学院杨炜红、苏州高博软件技术职业学院陈春干、湖南省团校（省委党校共青团理论教研部）艾理生、武汉商贸职业学院薛莉、河北交通职业技术学院刘洋、苏州高博软件技术职业学院张浩亮、苏州高博软件技术职业学院沈建东合作完成。

<<市场调查与预测>>

内容概要

《21世纪高职高专市场营销专业“十二五”规划教材·市场调查与预测》从知识结构上分为市场调查和市场预测两大部分：市场调查部分包括市场调查方案的设计、市场调查方法、问卷的设计方法与技术、市场调查资料的整理与分析，市场预测部分包括定性预测法、定量预测法、市场调查分析报告的撰写。

从组织结构上分为基本理论和实践操作两大体系。

在内容、结构的安排上，由浅入深、循序渐进，既注重知识体系的完整性和系统性，又体现了理论“必需、够用”的原则，尽量缩短理论与实践的距离，使复杂的专业问题变得通俗易懂，易于接受，具有较强的实用性和可操作性。

《21世纪高职高专市场营销专业“十二五”规划教材·市场调查与预测》可作为高职高专院校相关专业教材，也可作为相关工作人员的业务参考用书。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第1章 市场调查概述 / 11.1 市场调查的含义、特点、作用、基本要求及发展状况 / 21.2 市场调查的分类 / 51.3 市场调查的内容 / 131.4 市场调查的原则与步骤 / 22第2章 市场调查方案的设计 / 312.1 市场调查方案设计的含义与意义 / 322.2 市场调查方案设计的步骤与内容 / 322.3 市场调查方案的论证与评价 / 36第3章 市场调查方法（一） / 413.1 询问法 / 423.2 观察法 / 543.3 实验法 / 58第4章 市场调查方法（二） / 654.1 资料调查法, 664.2 抽样调查法 / 714.3 网络调查法 / 86第5章 问卷的设计方法与技术 / 985.1 问卷的作用与结构 / 1005.2 问卷设计的原则和步骤 / 1055.3 问卷设计技巧及注意的问题 / 1085.4 调查问卷的评估 / 112第6章 市场调查资料的整理与分析 / 1216.1 资料整理的意义、原则与内容 / 1226.2 市场调查资料的审核 / 1246.3 市场调查资料的整理与显示 / 1286.4 市场调查资料的基本分析 / 131第7章 市场预测概述 / 1457.1 市场预测的含义、特征及指导原理, 1467.2 市场预测的分类 / 1497.3 市场预测的内容 / 1527.4 市场预测的原则与步骤 / 155第8章 定性预测法 / 1628.1 定性预测法的含义与特点 / 1638.2 主观概率预测法 / 1648.3 专家意见集合法 / 172第9章 定量预测法 / 1999.1 时间数列预测法 / 2049.2 回归预测法 / 219第10章 市场调查分析报告的撰写 / 23010.1 市场调查分析报告的含义、作用与种类 / 23410.2 市场调查分析报告的结构与内容 / 23610.3 市场调查分析报告撰写的原则 / 238参考文献 / 246

<<市场调查与预测>>

章节摘录

1.定性预测法与定量预测法的依据不同 定量预测法的主要依据是：市场现象未来的发展变化趋势是其过去和现在的延伸；市场现象发展变化受到各种因素发展变化的影响。因此，可以根据市场现象过去和现在的数量表现来推断其未来的发展趋势和数量表现；或根据影响市场现象的各种主要因素的发展变化来预测市场未来的发展变化。

定性预测法，是在没有或有很少市场资料的条件下，依据预测者的实践经验和分析判断能力，对市场未来的发展变化作出预测，它特别注重预测者的分析判断能力。

这两类市场预测法的基本依据不同，使它们在市场预测的实践中发挥着不同的作用，有着不同的适用对象。

一般来说，在市场预测中，定性预测法能更有利地发挥预测者的主观能动性，更有利于对市场的未来性质做出深入、细致、具体的、符合客观实际的市场预测；而定量预测法着重于市场现象的数量方面的性质，预测的结果要比定性预测精确得多。

<<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>