

<<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：9787562922513

10位ISBN编号：7562922519

出版时间：2005-8

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：李世杰

页数：186

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

随着经济全球化和一体化的发展，企业将面临更加激烈的市场竞争，企业的生存和发展将在很大程度上取决于能否及时、准确地了解和把握自己所面对的目标市场。所以，通过科学的调查方法获取准确的市场信息，通过分析市场信息准确地预测和把握市场，已经成为企业提高决策能力和管理水平，提高企业整体竞争力的关键因素。为此，我们在参阅国内外大量资料和最新科研成果的基础上，结合自身多年积累的教学经验编写了本书。

此书以突出应用性为宗旨，力求从形式到内容有所突破和创新。

1. 形式上力求创新。

本书以课程教学需要为线索，以应用能力为主干，通过知识、能力的分支延伸和实践性教学环节的内容放大，构建本书的体系框架，努力探索培养学生职业能力的新型教学模式。

在编写体例上，次书作了如下安排：教学目的和要求：既是教师教学的依据，又是学生学习的重点。

关键词汇：以中英文对照的形式列出本章首先出现的重要名词术语。

引子：用一段精彩简洁的语言引出本章学习的兴趣。

<<市场调查与预测>>

内容概要

市场调查与预测是现代化企业了解市场和顾客需求的重要手段。

《市场调查与预测》特别注重理论与实践的结合,系统地介绍了市场调查与预测的基本理论和方法。为了便于学生自学和教师讲授,每章都设有“教学目的和要求”、“关键词汇”、“知识归纳”、“知识结构图表”、“案例分析或评点”、“习题与思考题”、“实验及实训”等内容。

《市场调查与预测》在结构上力求创新。

全书共分两篇11章,第一篇“市场调查”,介绍了市场调查的一般原理、基本程序和方法,包括总论、市场调查概述、市场调研的内容、文案调查法、市场调查的一般方法、问卷设计、抽样方法等7章;第二篇“市场预测”,介绍了市场预测的一般原理、基本程序和方法,包括市场预测概述、判断预测法、时间序列预测法、回归分析预测法等4章。

《市场调查与预测》可作为高职高专院校经济与管理类各专业的教材或参考书,也可作为企业营销管理人员、市场调研人员的培训教材。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第1篇 市场调查1 总论引子1.1 市场信息与市场调查1.1.1 市场的含义1.1.2 市场信息的含义1.1.3 市场调查的含义1.1.4 市场调查与市场信息的关系1.2 市场预测1.2.1 市场预测的含义1.2.2 市场调查与市场预测知识结构图表习题与思考题2 市场调查概述引子2.1 市场调查的类型2.1.1 按市场调查的研究性质分类2.1.2 按市场调查的研究对象分类2.1.3 按市场调查的产品或服务分类2.1.4 按市场调查的组织形式分类2.1.5 按市场调查的分析方法分类2.1.6 按市场调查的资料来源分类2.2 市场调查的设计方案2.2.1 探索性调查2.2.2 描述性调查2.2.3 因果关系调查2.3 市场调查的程序2.3.1 问题发现和确定2.3.2 调查设计2.3.3 抽样2.3.4 数据收集2.3.5 数据处理及分析2.3.6 结论及报告准备2.3.7 调研计划书2.3.8 调研计划战略知识结构图表习题与思考题3 市场调研的内容引子3.1 市场环境调研3.1.1 政治法律环境调研3.1.2 经济技术环境调研3.1.3 社会文化环境调研3.1.4 自然地理环境调研3.1.5 市场竞争环境调研3.2 市场需求调研3.2.1 生产者需求调研3.2.2 消费者需求调研知识结构图表习题与思考题4 文案调查法引子4.1 文案调查法概述4.1.1 文案调查法的含义4.1.2 文案调查的特点4.1.3 文案调查的功能4.2 文案调查的资料来源4.2.1 内部资料4.2.2 外部资料4.3 文案调查的步骤与方法4.3.1 文案调查的步骤4.3.2 文案调查的方法4.3.3 文案调查的基本原则知识结构图表习题与思考题5 市场调查的一般方法引子5.1 观察法5.1.1 观察法的类型及应用条件5.1.2 观察法的优缺点5.1.3 观察法的应用案例5.2 专题讨论法5.2.1 深度访问法5.2.2 座谈会调查法5.3 访问法5.3.1 面谈调查法5.3.2 电话调查法5.3.3 邮寄调查法5.3.4 留置调查法5.3.5 网络调查法5.4 实验法5.4.1 实验法的含义5.4.2 实验法的调查步骤5.4.3 实验法的应用知识结构图表习题与思考题6 问卷设计引子6.1 问卷设计的结构6.1.1 问卷的含义6.1.2 问卷的基本结构6.1.3 问卷设计的程序6.2 问卷设计的方法6.2.1 问卷设计的格式6.2.2 设计问卷时应注意的问题6.3 调查员的培训6.3.1 调查员的选聘6.3.2 调查员的培训6.3.3 调查员的监督与管理知识结构图表习题与思考题7 抽样方法引子7.1 样本与抽样7.1.1 推断市场总体7.1.2 确定样本容量7.1.3 抽样误差7.2 随机抽样7.2.1 随机抽样7.2.2 简单抽样7.2.3 系统抽样7.2.4 整群抽样7.2.5 分层抽样7.3 非随机抽样7.3.1 非随机抽样7.3.2 任意抽样法7.3.3 判断抽样法7.3.4 配额抽样法7.3.5 抽样方法的选择知识结构图表习题与思考题第2篇 市场预测8 市场预测概述引子8.1 市场预测的基本原理.....9 判断预测法10 时间序列预测法11 回归分析预测法参考文献

<<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>