

<<市场调研、分析与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调研、分析与预测>>

13位ISBN编号：9787563524570

10位ISBN编号：7563524576

出版时间：2010-11

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：岳欣 主编

页数：345

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、分析与预测>>

### 内容概要

本书较为全面、系统地介绍了市场调研的内涵、技术、分析与预测等知识。

在结构体系上，以理论分析为主线，着重说明市场调研、分析与预测的基本思想，力求简明扼要、通俗易懂；在内容安排上，立足于应用，在引入大量案例资料的同时，介绍了如何借助excel实现相关的分析和计算。

本书适合作为市场营销专业及经济、管理学科其他专业的本科和mba教材，也可以作为广大企业营销管理人员培训的参考教材。

## &lt;&lt;市场调研、分析与预测&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场调研概述 1.1 市场调研的含义及作用 1.1.1 市场调研的含义 1.1.2 市场调研的内容 1.1.3 市场调研的作用 1.1.4 市场调研的发展历程 1.1.5 市场调研机构 1.2 市场调研的类型 1.2.1 按研究性质分类 1.2.2 按组织形式分类 1.2.3 按分析方法分类 1.2.4 按资料来源分类 1.2.5 按范围分类 1.3 市场调研的程序 1.3.1 市场调研的准备阶段 1.3.2 设计调研方案阶段 1.3.3 实地调研阶段 1.3.4 数据整理与分析阶段 1.4 调研方案的主要内容 1.4.1 确定调研目的 1.4.2 确定调研对象和调研单位 1.4.3 确定调研项目 1.4.4 制定调研提纲和调研表 1.4.5 确定调研时间和调研工作期限 1.4.6 确定调研地点 1.4.7 确定调研方式和方法 1.4.8 确定调研资料的整理和分析方法, 1.4.9 确定提交报告的方式 1.4.10 制订调研的组织计划 本章小结 思考题 第2章 市场调研方法 第3章 测量与问卷设计 第4章 抽样方案设计 第5章 调研资料的整理与展示 第6章 数据分析与预测概述 第7章 参数估计 第8章 假设检验 第9章 方差分析 第10章 相关与回归分析 第11章 时间序列分析 第12章 调查报告的撰写 附录a 用excel制作问卷 附录b 常用的统计分布 附录c 其他的抽样分布 附录d 洛伦兹曲线与基尼系数的excel实现 附录e excel制作直方图的技巧 附录f 标准正态分布表 附录g t分布表 附录h  $\chi^2$ 分布表 附录i f分布表 附录j r简单相关系数检验表 附录k spearman相关系数检验表 附录l 符号检验表 附录m 秩和检验表 参考文献

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>