

<<现代市场调查>>

图书基本信息

书名：<<现代市场调查>>

13位ISBN编号：9787563804863

10位ISBN编号：7563804862

出版时间：2005-6

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：王静 编

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>

<<现代市场调查>>

内容概要

在激烈的市场竞争中，只有知己知彼，方能百战不殆。

《现代市场调查》正是帮助企业掌握市场信息、制定企业经营战略的利器。

本书内容丰富，注重实用，阐述了市场调查的各种方法和技巧。

包括：市场调查认识篇、市场调查企划篇、调查方法技巧篇、资料整理分析篇、信息管理运作篇和市场调查案例篇。

本书不仅是广大营销人员、企业经营管理人员必备的实用手册，而且可作为大专院校教学用书以及相关人员培训、自学的参考教材。

书籍目录

市场调查认识篇 第一章 市场调查概述 第一节 市场调查的含义、特征与作用 第二节 我国市场调查的发展与存在的问题 第三节 新形势下对市场调查的新要求 第二章 市场调查的内容、类型与程序 第一节 市场调查的内容 第二节 市场调查的类型 第三节 市场调查的程序 市场调查企划篇 第三章 市场调查方案设计 第一节 市场调查方案设计的重要性 第二节 市场调查方案设计的主要内容 第三节 调查方案的可行性研究与评价 第四章 抽样设计 第一节 抽样调查的一般问题 第二节 随机抽样技术 第三节 非随机抽样技术 第四节 抽样误差与样本量 第五节 有关抽样设计的几个问题 第五章 问卷设计 第一节 问卷的作用、类型与结构 第二节 问卷设计的程序 第三节 问卷设计的技巧 第四节 问卷中的常用量表 第六章 市场调查机构与人员培训 第一节 市场调查机构 第二节 市场调查人员的选择与培训 调查方法技巧篇 第七章 文案调查法..... 第八章 访问调查法 第九章 观察调查法与实验调查法 资料整事分析篇 第十章 市场调查资料的整理 第十一章 市场调查分析 第十二章 调查结果的书面与口头报告 信息管理运作篇 第十三章 市场调查的质量控制 第十四章 市场调查的电脑化 市场调查案例篇 第十五章 市场调查案例

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>