

<<市场调查实务>>

图书基本信息

书名：<<市场调查实务>>

13位ISBN编号：9787564048877

10位ISBN编号：7564048875

出版时间：2001-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：石建立 编

页数：328

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>

<<市场调查实务>>

内容概要

本书是2011年河北省精品课程配套教材，也是高等院校“任务驱动、项目导向”的工学结合教材，用来培养调研工作者的市场调查方案设计、市场信息采集、整理分析和运用的综合应用能力。

本书立足于企业经营活动的实际需要，与合作企业共同确立课程内容，以培养调研综合技能为主线，构建“5638”教学内容体系。

“5638”是指贯穿课程的5个项目、6大专业能力、3个学习情境、8项工作任务。

在已经完成单位委托的调研项目引领下，以实际调研项目为主线，把完成项目的总任务进行分解，并按照完成任务所应具备的市场调研能力进行能力分解，形成了市场调研的6大专业能力，即认识能力、方案设计能力、信息收集能力、整理能力、分析能力和报告撰写能力，从而完成培养调研工作者实际的调研综合技能的任务。

本书适合作为高校市场营销、经济管理以及与市场活动相关的专业使用教材，也是从事调研工作人员和市场推广人员的实践指导用书。

<<市场调查实务>>

书籍目录

绪论：市场调查实务课程分析

学习情境一：市场调查准备

工作任务一：提炼确立市场调查主题与内容

知识储备一 市场调查的作用、含义、特征、类型、原则与程序

知识储备二 市场调查内容

知识储备三 调查主题、内容的选择与确定

工作任务二：设计市场调查问卷

知识储备一 问卷设计和问卷设计的格式

知识储备二 问卷设计的原则

知识储备三 问卷设计的程序

知识储备四 问卷中问题的主要类型及询问方式

知识储备五 问句的答案设计

知识储备六 问卷设计应注意的几个问题

工作任务三：制定市场调查方案

知识储备一 市场调查方案设计的含义与意义

知识储备二 市场调查方案设计程序

知识储备三 十大具体步骤内涵

知识储备四 市场调查方案的评价

学习情境二：市场调查实施

工作任务四：选定市场调查机构、人员与培训

.....

学习情境三：市场调查结果处理

编辑推荐

《市场调查实务》立足于企业经营活动的实际需要，与合作企业共同确立课程内容，以调研项目为载体，以完成工作任务为导向，以培养学生综合调研技能为目标，达到校企“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”的四个合作目的。

从而形成了本书围绕调研项目有理论、有实践、有成果的可操作性强、示范性强和参考性强的特点。本书内容根据项目调研工作程序，结合项目完成的工作任务，构建成“5638”教学内容体系。

具体来说，本书内容是由贯穿课程的5个项目、6大专业能力、3个学习情境、8项工作任务构成。

每个工作任务都设计了任务分析、达到目标、任务关键点、任务分解与布置、知识储备、任务实施、小结、知识技能测试、后续展望、举一反三（课业）、学生自我认知测试、补充阅读资料12个工学交替、学生持续发展的步骤，这体现了教学的基本规律，有利于课程的有力实施和实时评价，有利于学生综合素质的提高。

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>