

<<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：9787566301055

10位ISBN编号：7566301055

出版时间：2011-10

出版时间：对外经贸大学出版社

作者：刘攀 编

页数：278

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>>

内容概要

刘攀编写的《市场调查与预测(工学结合新视野高职高专十二五规划教材)》以实践任务为导向构建了市场调查与预测的知识体系,全面阐述了市场调查与预测的方式、方法和具体技术。本书结合市场营销领域开展市场调查与预测实务的需要,内容涉及市场调查与目标的确定、市场调查建议书的撰写、调查问卷设计、调查结果分析统计、撰写市场调查报告、运用头脑风暴法、特尔菲法、指标法、时间序列预测法、回归分析、弹性系数法进行市场预测等十八个任务项目。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一篇 市场调查实务

项目一 各类市场的实地考察

项目引入

训练要求

学习内容

- 1.1 市场的涵义
- 1.2 市场的功能与作用
- 1.3 市场的运行
- 1.4 市场的类型

拓展知识：市场与企业

实例展示：硅谷动力网络市场调查

归纳评价

项目二 完成“市场调研”立题

项目引入

训练要求

学习内容

- 2.1 市场调研立题的基本程序
- 2.2 市场调查的基本要求
- 2.3 市场调查的基本类型
- 2.4 市场调查的程序
- 2.5 市场调查的作用与组织方式

拓展知识：发现问题的途径和方法

实例展示：雅芳公司的市场调查立项

归纳评价

项目三 确定市场调查方法

项目引入

训练要求

学习内容

- 3.1 观察法的特点和基本类型
- 3.2 实验调查法的特点和基本类型
- 3.3 询问调查法的形式和特点
- 3.4 文案调查法的作用和特点

拓展知识：各种调查方法的应用技巧

实例展示：《航空周刊》调查方式选择

归纳评价

项目四 编写市场调查建议书

任务说明

训练要求

学习内容

- 4.1 市场调研设计的步骤
- 4.2 市场调查建议书的格式
- 4.3 市场调查提纲

拓展知识：调查表格的设计

实例展示：中原越野公司市场调查建议书

归纳评价

<<市场调查与预测>>

项目五 市场调查问卷设计

项目引入

训练要求

学习内容

5.1 问卷设计的目标

5.2 问卷设计的程序

5.3 问卷的基本结构

5.4 调查表的版面格式设计

5.5 问卷中问题的设计技巧

5.6 态度量表的设计方法

拓展知识：问卷设计中应注意的问题

实例展示：××市场调研公司轿车用户调查问卷

归纳评价

项目六 抽样设计

项目引入

训练要求

学习内容

6.1 抽样设计的基本概念

6.2 抽样市场调查的适用范围

6.3 抽样设计的程序

6.4 抽样调查方式

拓展知识：抽样误差

实例展示：国家卫生服务总调查

归纳评价

项目七 完成现场问卷调查

项目引入

训练要求

学习内容

7.1 市场调查的内容

7.2 访问员的知识要求

7.3 访问员的品质要求

7.4 访问员的能力要求

7.5 调查员的体力要求

拓展知识：访问员的培训和管理

实例展示：一个调查者的亲身经历

归纳评价

项目八 分析统计调查结果

项目引入

训练要求

学习内容

8.1 市场调查资料的整理

8.2 市场调查资料的分析方法

8.3 调查资料的概括技术

8.4 调查资料的综合指标分析技术

8.5 调查资料的动态分析技术

拓展知识：如何使用Excel进行数据整理

实例展示：某市家用汽车消费情况调查统计分析

<<市场调查与预测>>

归纳评价

项目九 撰写市场调查报告

项目引入

训练要求

学习内容

9.1 市场调查报告的特点和种类

9.2 市场调查报告的格式和结构

9.3 市场调查报告的撰写

9.4 使用演示软件制作市场调查报告

拓展知识：撰写调查报告的误区

实例展示：矿泉水市场调查报告

归纳评价

第二篇 市场预测实务

项目十 理解市场预测的基本方法和原理

项目引入

训练要求

学习内容

10.1 市场预测的产生和发展

10.2 市场预测的基本原理与基本要素

10.3 市场预测的基本程序

10.4 各种预测方法的比较

拓展知识：市场预测的基本要求和内容

实例展示：彩电行业发展趋势预测

归纳评价

项目十一 运用头脑风暴法预测产品功能发展动向

项目引入

训练要求

学习内容

11.1 头脑风暴法简介

11.2 头脑风暴法的激发机理

11.3 头脑风暴法的要求

11.4 头脑风暴法的原则

11.5 头脑风暴法中的专家小组

11.6 头脑风暴法中的主持人

11.7 头脑风暴法的流程与工作记录

拓展知识：质疑头脑风暴法

实例展示：关于解决在创造力培训期间中午盒饭凉的问题的提案

归纳评价

项目十二 运用特尔菲法预测一杯豆子的数量

项目引入

训练要求

学习内容

12.1 特尔菲法的特点

12.2 特尔菲法的实施步骤

12.3 特尔菲法的应用

拓展知识：个人判断与集体判断预测法

实例展示：土木工程研究基金会对21世纪可持续发展的特尔菲预测

<<市场调查与预测>>

归纳评价

项目十三 运用指标法预测地区商品零售额

项目引入

训练要求

学习内容

13.1 领先指标、同步指标和滞后指标

13.2 领先指标法

13.3 扩散指数法

13.4 压力指数法

13.5 图形法

拓展知识：比例推算预测与依存关系预测

实例展示：建材T业产值预测

归纳评价

项目十四 运用加权平均法预测市场销售情况

项目引入

训练要求

学习内容

14.1 算术平均法

14.2 几何平均法

14.3 权数的意义和设定

拓展知识：时间序列预测

实例展示：某商场下半年销售额预测

归纳评价

项目十五 运用移动平均法预测消费品零售总额

项目引入

训练要求

学习内容

15.1 简单移动平均法

15.2 加权移动平均法

15.3 趋势外推法

15.4 指数平滑法

拓展知识：时间序列软件包TPs简介

实例展示：应用Excel表格进行移动平均法的预测运算

归纳评价

项目十六 运用季节指数法预测某商品各季度的销售量

项目引入

训练要求

学习内容

16.1 季节指数法的涵义

16.2 水平趋势的季节变动预测法

拓展知识：有增长趋势变动的季节指数预测

实例展示：企业商品销售量季节指数预测

归纳评价

项目十七 运用一元线性回归预测居民的消费支出水平

项目引入

训练要求

学习内容

<<市场调查与预测>>

17.1 一元回归分析预测法的含义与特点

17.2 一元线性回归分析预测法的应用

拓展知识：统计分析软件包SPSS简介

实例展示：运用一元回归分析预测公司销售额

归纳评价

项目十八 运用马尔科夫预测法预测市场份额

项目引入

训练要求

学习内容

18.1 马尔科夫预测的基本要素

18.2 马尔科夫预测法的基本步骤

拓展知识：生命周期预测法与组合预测法

实例展示：某地区各企业化肥市场占有率预测

归纳评价

附录一 相关系数检验表

参考文献

<<市场调查与预测>>

章节摘录

我国的城镇土地归国家所有，农村土地属集体所有。

土地供应由国家垄断，集体土地不能自行出让。

要开发使用集体土地，首先必须采用征地形式，使集体土地转化为国有土地，然后再由国家按法定程序出让，不存在其他的土地供应者。

市场中土地供给总量最终取决于国家出让土地的数量。

现实中，由于土地资源的总量是一定的，使土地的自然供给量是刚性的。

经过人类开发后的土地，随着土地效用的不同和社会需求的变化，其供给量又存在一定的弹性。

但这种弹性受自然供给刚性的限制而显得不很充分。

房地产开发，一般要经过前期工作、规划设计、施工建设和竣工验收四个阶段。

前期工作包括可行性研究、申请立项、办理征地手续和进行各种安置补偿工作。

规划设计包括报审规划设计条件、制定和选定规划方案、规划方案报批和建筑设计出图。

施工建设包括场地平整和各种管线道路的连接，通过招投标发包施工项目，协调施工进度和进行工程监理。

竣工验收包括核算建设成本、组织有关部门进行综合查验及出售商品房等。

开展房地产市场的调查和预测，应熟悉影响房地产市场的各种因素。

从房地产供应来看，价格因素、投资来源及数量、交易条件、开发成本和税收等都有很明显的影响作用。

但需注意，房地产供给有滞后性，其价格上扬，不一定马上表现为市场上供应量的增加，往往要在一个建设周期完成后，房地产的增量才能表现出来。

从房地产需求来看，人口的数量和结构、房地产的价格水平、家庭收入水平、政策因素及需求者对经济形势的预期等是影响房地产需求的主要因素。

（三）金融市场、技术市场和劳动市场 金融市场、技术市场和劳动市场的交易对象均为非实物性商品。

但它们对实物商品的生产和交换有直接的影响，也是市场体系的重要组成部分。

1. 金融市场 金融是指货币资金的融通。

具体包括货币和货币资金的收付，货币资金的借贷，票据的买卖，债券、股票的发行和转让以及外汇的买卖等活动。

办理金融活动的各种机构构成一个国家的金融体系，包括中央银行、商业银行和非银行金融机构（信托、保险及投资等）。

金融活动也是一种交易活动，其运行过程涉及一系列交易关系。

金融市场是实现货币借贷和资金融通，办理各种票据和有价证券交易等的总称，包括金融机构与客户之间、金融机构与金融机构之间、客户与客户之间所有以资金商品为对象的交易，比如存贷款、信托、租赁、票据抵押和贴现、股票债券买卖等金融性业务。

金融交易的对象称为金融工具，包括各种商业票据、银行存款凭证、股票及债券等。

金融工具对发行者（借款者）是一种债务，对投资者则是一种金融资产。

.....

<<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>