

<<调查实战指南>>

图书基本信息

书名：<<调查实战指南>>

13位ISBN编号：9787801694829

10位ISBN编号：7801694821

出版时间：2004-01-01

出版时间：中国时代经济出版社

作者：郭强

页数：80

字数：10000

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>

<<调查实战指南>>

内容概要

这是一个民意为先的时代，这是一个消费为尚的社会，这是一个调研时时处处出现的时代。这个时代要求我们每个人都要掌握了解他人，认识社会，把握商机的最基本工具。这个工具就是调查。在社会中、在商场、在交往时仅凭感觉做事终究要被市场和社会淘汰。

既然这个社会是民意为先的时代，调查了解民意就是政府和公务员的基本职责。听证会的基础工作就是调查。走马观花式的调查已经落伍。提供专业性的调查技术是时代的要求。

中国买方市场的出现，使消费者开始成为上帝。了解消费者的需求，把握市场变化的趋势，提高服务的满意度，扩大产品的市场率是商家应对激烈市场竞争的必胜法宝。所以市场调查在中国大地上蓬勃发展。

调查作为认识社会、把握商机和了解他人的基本工具。不仅政府公务员，企业市场调研人员以及专业调查工作者需要操作性极强的调查手册，就是在中国大中专学校，调查也成为必修课。

在现代社会，调查越来越成为社会公众的基本素养；调查也越来越成长为一个朝阳性的产业。作为一个社会学工作者，我乐意进行社会学知识包括调查知识的普及工作，因为社会科学知识普及应该是科学普及的重要组成部分；作为一个社会学工作者，我赞赏和支持调查产业化的尝试。郭强是我带的博士学生，他乐意传播和普及调查知识，以及调查知识产业化的实践，我都是很支持的。

这套丛书与同类出版物相比，我认为有这样几个特点：首先是细化，这套书容括了调查内容的方方面面，内容很是详细。其次是可操作化，读了书就能在工作实践中使用和具体操作，这样才有价值和意义。同时该套丛书还附有很多案例，这也是一个特色。学习案例是突出操作性的重要方面。

书籍目录

第一章 调查的基本原理 第一节 调查策划与调查设计 一、为什么提出这样的问题 二、策划案例 三、调查设计 第二节 调查策划方案的类型 一、探索性研究方案 二、描述性研究方案 三、解释性调研方案 第二章 调查策划操作实务 第一节 熟悉作业程式 一、探索策划过程 二、调查(实地)执行过程 三、分析研究过程 第二节 建议书 一、向谁提出调查建议 二、谁提出调查建议 三、调查建议收格式 四、撰写调查建议书要求 第三节 申请书 一、企业自我组织市场调查的状况 二、企业市场调查申请书 第四节 策划书 一、专业调查机构撰写策划书的目的 二、专业调查机构调查策划书的内容 第三章 调查策划书样案 一、调查建议书 1、社会调查建议书 【案例一】中国公众世界遗产保护意愿抽样调查建议书 【案例二】SARS突发病害的社会响应机制及应急管理对策研究建议 2、市场调查建议书 苏州未来农林大世界市场调查建议书 二、调查策划书 【案例一】关于某购物中心消费者构成与购买倾向调查项目总策划书 【案例二】十省市中医医疗需求与服务调查主案参考文献 后记

媒体关注与评论

本丛书特点为：首先是细化，这套书容括了调查内容的方方面面，内容很是详细。其次是可操作化，读了书就能在工作实践中使用和具体操作，这样才有价值和意义。同时该套丛书还附有很多案例，这也是一个特色。学习案例是突出操作性的重要方面。

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>