

<<市场营销调研>>

图书基本信息

书名：<<市场营销调研>>

13位ISBN编号：9787810841320

10位ISBN编号：7810841327

出版时间：2002-9

出版时间：于萍 东北财经大学出版社 (2002-09出版)

作者：于萍

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>

<<市场营销调研>>

书籍目录

第一编市场调研基本问题 第一章总论 第二章市场调研的组织 第三章市场调研基本范围与工作流程 第二编市场调研领域 第四章行业环境调研 第五章市场需求研究 第六章竞争者调研与企业竞争形势分析 第七章市场营销组合要素调研与分析 第三编市场信息数据搜集方法 第八章二手资料搜集 第九章抽样调查 第十章问卷调查 第十一章访问调查 第十二章实验调研、实地调研与专家调研 第四编市场数据整理、分析、预测与报告 第十三章调查资料整理 第十四章市场调研资料基本方析指标 第十五章市场定性预测 第十六章时间数列分析与预测 第十七章回归分析与预测 第十八章市场调研报告撰写

<<市场营销调研>>

媒体关注与评论

书评世界级市场营销大师菲利普·科特勒在其《营销管理》一书中指出：市场营销是一种有序地和深思熟虑地研究市场及策划的过程。

它开始于市场调查，进而认识市场变动的规律，确定市场发展机会，寻找没得到满足的市场需求并在此基础上进行企业营销战略与策略的规划。

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>