

<<现代市场营销调查>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销调查>>

13位ISBN编号：9787810880787

10位ISBN编号：7810880780

出版时间：2003-2-1

出版时间：西南财经大学出版社

作者：王谊,许德昌

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>

<<现代市场营销调查>>

内容概要

在经济全球化和市场经济不断发展的背景下，市场营销信息已成为企业的重要资源，谁掌握了它，谁就掌握了打开市场大门的钥匙。

市场营销调查（亦称市场营销研究）是一门运用科学的理论和方法对市场环境、市场需求和营销活动进行调查、分析和预测的技术。

市场营销调查在营销管理和营销系统中扮演着两种重要角色：首先，它是市场情报反馈过程的一部分，向营销决策者提供关于当前营销组合有效性的信息和进行必要变革的线索；其次，它是探索新的市场营销机会的基本工具。

对于现代营销管理者来讲，熟练地掌握市场营销调查方法和技能是非常重要的。

为了适应我国企业界市场营销管理实践和高等院校营销管理专业教学的需要，我们编撰了这本《现代市场营销调查》。

该书共分三大部分，第一部分包括第一章至第五章，介绍了市场营销调查的基本理论和方法；第二部分包括第六章至第十三章，重点论述了统计和定量研究理论和方法在市场营销调研中的运用；第三部分包括第十四章至第十六章，主要介绍市场营销调查在营销管理实践中的运用。

<<现代市场营销调查>>

书籍目录

- 第一章 市场营销调查概论
- 第二章 设计和制定市场营销研究方案
- 第三章 二手资料的搜集及文案调研
- 第四章 定性研究
- 第五章 原始资料收集
- 第六章 度量与度量尺度
- 第七章 问卷设计
- 第八章 抽样设计
- 第九章 样本容量的确定
- 第十章 数据的分析
-
- 附录1：问卷设计的方法
- 附录2：服装市场研究报告
- 附录3：体育用品市场调查问卷和报告
- 附录4：里程电脑公司江苏省商用PC市场占有率调研
- 参考文献

<<现代市场营销调查>>

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>