

<<市场信息调查与分析>>

图书基本信息

书名：<<市场信息调查与分析>>

13位ISBN编号：9787810888431

10位ISBN编号：7810888439

出版时间：2007-10

出版单位：北京科文图书业信息技术有限公司

作者：陈戈止

页数：262

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>

## <<市场信息调查与分析>>

### 内容概要

本书试图通过浅显易懂的文字和简明扼要的方法诠释市场信息的调查与分析的全过程。

书中的主要内容包括：信息和信息资源、市场信息调查、市场信息调查分析过程、定性调查、定量调查原始资料收集法、问卷设计、市场数据抽样、实例分析等。

本书既可以作为学生踏入工作岗位之前的一本实践指导用书，也可以作为企业管理人员对市场信息进行调查与分析时的参考书。

## <<市场信息调查与分析>>

### 书籍目录

第一章 信息和信息资源 第一节 信息 第二节 信息源和信息组织 第三节 信息的运动和传输效率  
第四节 信息资源 第五节 市场信息不对称概念 复习思考题第二章 市场信息调查 第一节 市场信息  
调查概述 第二节 市场信息调查在决策中的作用 第三节 决定是否开展市场信息调查 第四节 消费  
者信息需求 复习思考题第三章 市场信息调查分析过程 第一节 调查分析过程 第二节 市场调查前  
期管理 第三节 市场细管理 复习思考题第四章 定性调查 第一节 定性调查的本质 第二节 定性  
调查之焦点小组访谈法 第三节 其他定性调查方法 复习思考题第五章 定量调查之原始资料收集法  
第一节 询问法 第二节 观察法 第三节 实验法 复习思考题第六章 问卷设计 第一节 问卷的定义  
与作用 第二节 问卷设计标准 第三节 问卷设计的过程 复习思考题第七章 抽样方法 第一节 抽  
样调查的基本概念 第二节 随机抽样调查方法 第三节 非随机抽样调查方法 第四节 制定抽样计划  
的步骤 复习思考题第八章 抽样误差和样本容量的确定 第一节 经典统计方法 第二节 抽样误差  
第三节 样本容量 复习思考题第九章 市场调查案例解析 第一节 房地产市场调研案例解析 第二节  
网络市场调查——《新周刊》新浪博客生活耐力联合调查 参考文献

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>