

<<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：9787811023206

10位ISBN编号：7811023202

出版时间：2006-9

出版时间：东北大学

作者：刘艳良

页数：152

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

本教材借鉴了美国著名认知派教育心理学家奥苏伯尔的认识观，在教材的组织上，不仅考虑到了学科知识的逻辑体系，而且重点考虑了学生心理特点和心理发展特点。

按照“以能力为主导、以业务流程为依据、以实际与实用为最终目的”的原则进行内容体系设计。按一线营销员与基层营销管理岗位对市场调研人员的实际应用能力需要，建立“551”能力链体系，即依据企业调查与预测的实际过程设计出五大部分内容，包括市场调查概述（第一章）、市场调查方案设计（第二章）、市场调查方法选择（第三章）、市场调查资料整理与分析（第四章）和市场预测概述和主要方法（第五章、第六章）；注重培养五大能力，包括市场调查与预测认识能力、调查方案设计的能力、信息搜集能力、调查资料整理与分析能力、市场预测能力；一环紧扣一环，犹如链条一样，最终形成一个综合性应用能力。

本教材以章为单位，在明确总体教学目标的基础上，通过知识点与技能点将总体目标具体化，突出理论与实训的核心内容，并采用图表的形式强化技能的重点与难点，力争实现教与学、学与练、课前课后、课上课下、校内与校外五种训练相结合。

本教材适用于高职院校管理各个专业，特别适合于市场营销、工商管理专业的骨干课学习，也可供五年制高职、中等职业学校学生及社会人士使用。

本教材也适合培养一线营销员和基层营销管理人员，并为企业营销中层管理者的成长奠定知识基础。

## <<市场调查与预测>>

### 书籍目录

第一章 市场调查概述 第一节 市场与市场调查基本知识 第二节 市场调查的主要内容 第三节 市场调查机构与人员培训 课后阅读 思考与总结 案例应用 实践与训练第二章 市场调查方案设计 第一节 市场调查总体方案设计 第二节 市场调查问卷设计 课后阅读 思考与总结 案例应用 实践与训练第三章 市场调查方法选择 第一节 文案调查法 第二节 实地调查法 第三节 网络调查法 第四节 抽样调查法 课后阅读 思考与总结 案例应用 实践与训练第四章 市场调查资料整理与分析 第一节 市场调查资料的整理 第二节 市场调查资料的分析 第三节 市场调查报告的撰写 课后阅读 思考与总结 案例应用 实践与训练第五章 市场预测概述 第一节 市场预测基本知识 第二节 市场预测基本内容 课后阅读 思考与总结 案例应用 实践与训练第六章 市场预测主要方法 第一节 定性预测方法 第二节 定量预测方法 课后阅读 思考与总结 案例应用 实践与训练综合实训综合阅读资料 方便面行业分析报告 果汁饮料市场分析报告 中国城市家庭潜在电视需求调查报告 彩电行业分析报告 中国房地产市场调查报告 中国Linux应用现状市场调查报告 中国物流市场第三次调查报告参考文献

<<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>