

<<市场调研案例教程>>

图书基本信息

书名：<<市场调研案例教程>>

13位ISBN编号：9787811175707

10位ISBN编号：7811175703

出版时间：2008-9

出版时间：北京大学出版社

作者：周宏敏 著

页数：221

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>

<<市场调研案例教程>>

前言

随着我国改革开放的持续深化，社会主义市场经济对高等职业技能型人才的需求迅猛增加。2002年，随着《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》(国发f2002116号)的颁布，揭开了我国高等职业教育发展的新篇章。

为贯彻落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》，“十一五”期间，教育部、财政部决定实施国家示范性高等职业院校建设计划，通过重点建设100所国家示范性高职院校，带动全国高职院校深化改革，提升高等职业教育的整体水平。

国家启动示范性高等职业院校建设计划，标志着我国高等职业教育进入了一个追求内涵发展的新的历史阶段，这是科学发展观在我国高等教育领域的具体体现，对促进我国高等职业教育更好更快的发展具有巨大的战略意义。

财经管理类专业是我国高职高专教育极其重要的组成部分。

2005年，全国高职高专院校在校生427万，其中财经管理类专业在校生超过80万，占18.8%。

高职高专财经管理类专业主要着眼于培养社会主义市场经济发展所需要的德、智、体全面发展的高素质专门人才，要求具有较强的职业技能和较好的创新精神以及实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代经济管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。

这就要求高职高专财经管理类专业职业教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求财经管理类专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求财经管理类专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求财经管理类专业教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。

要完成上述任务，高职高专院校需要进行深入的教学改革和创新。

特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

我们通过对国内高职高专院校财经管理学科教材使用情况的调研，在与各院校的专家学者讨论的基础上，决定组织编写和出版《21世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材》，这是一项有利于促进高职高专院校教学改革发展的重要措施。

<<市场调研案例教程>>

内容概要

《市场调研案例教程》按照市场调研的流程来组织和安排教学内容，主要内容包括市场调研准备、市场调研实施和市场调研总结3个部分。

市场调研准备部分包括调研问题和调研目标的确定、市场调研方法的选择、市场调研方案的策划和调查问卷的设计；市场调研实施部分包括访问员的培训、观察调研法的实施、调查的实施和过程的管理；市场调研总结部分包括市场调研报告和调研报告的撰写。

《市场调研案例教程》以项目制、团队化和实战性的教学组织形式及方法来安排内容，突出对学生实战动手能力的培养，各项目单元都配有具有针对性的操作实务和具体的实际案例。

<<市场调研案例教程>>

书籍目录

市场调研概述0.1 什么是市场调研0.2 市场调研的内容0.2.1 市场商品需求调查0.2.2 市场环境调查0.2.3 市场营销事务调查0.3 市场调研的流程0.3.1 确定问题和调研目标0.3.2 制订调研计划0.3.3 实施调研0.3.4 信息分析0.3.5 撰写调研报告0.3.6 实施反馈追踪调查思考和训练项目1 市场调研准备模块1 调研问题和调研目标的确定1.1 案例导入1.2 理论与实务知识1.2.1 市场调研的作用1.2.2 明确问题和确定目标1.3 知识拓展：抽样调查1.3.1 抽样调查的含义和有关概念1.3.2 误差的原因及对策1.3.3 抽样调查的程序1.3.4 随机抽样的方法1.3.5 非随机抽样的方法1.4 能力训练1.4.1 分析杭州休闲旅游市场调研的目的和调查对象1.4.2 确定伊利牛奶的调研目的和调查对象思考和训练模块2 市场调研方法的选择2.1 案例导入2.2 理论与实务知识2.2.1 文案调研法2.2.2 专题讨论法2.2.3 访问调研法2.2.4 影响市场调研方法选择的因素2.3 知识拓展：实验调研法2.3.1 实验调研法的含义2.3.2 实验调研法的特点2.3.3 实验调研法的分类2.4 能力训练2.4.1 饮料行业文案调研2.4.2 娃哈哈饮料产品市场调研之文案调研2.4.3 设计座谈会讨论2.4.4 总结不同访问法的特点思考和训练模块3 市场调研方案的策划3.1 案例导入3.2 理论与实务知识3.2.1 调研方案的设计过程3.2.2 调研方案的主要内容3.3 策划方案示例3.3.1 长沙大学生眼镜市场调查方案3.3.2 关于学校周边餐饮业经营状况的市场调查策划方案3.3.3 杭州休闲服装市场调查方案3.4 能力训练3.4.1 策划方案的分析和比较3.4.2 设计旨德基公司对消费者的调查策划方案3.4.3 设计娃哈哈饮料产品市场调查方案思考和训练模块4 调查问卷的设计4.1 案例导入4.2 理论与实务知识4.2.1 问卷的含义4.2.2 问卷设计的程序4.2.3 问卷设计技术4.2.4 问题的设计4.2.5 答案设计技术4.3 问卷设计示例4.3.1 杭州休闲旅游市场调查问卷（杭州市民版）设计思路4.3.2 杭州休闲旅游市场调查问卷（杭州市民版）4.4 能力训练4.4.1 问卷结构分析4.4.2 设计食堂服务质量调查问卷4.4.3 为娃哈哈饮料产品市场调研设计调查问卷4.4.4 为中央牢调生产企业设计调查问卷思考和训练项目2 市场调研实施模块5 访问员的培训5.1 案例导入5.2 理论与实务知识5.2.1 访问员的素质要求5.2.2 访问员培训5.2.3 基础培训5.2.4 技巧培训5.2.5 项目培训5.3 知识拓展5.3.1 随机表5.3.2 入户访问5.4 能力训练5.4.1 自我介绍练习5.4.2 开场白写作练习5.4.3 追问练习思考和训练模块6 观察调研法的实施6.1 案例导入6.2 理论与实务知识6.2.1 观察法介绍6.2.2 观察法的记录技术6.2.3 观察法的应用和注意事项6.2.4 顾客观察法6.2.5 环境观察法6.3 案例分析6.4 能力训练6.4.1 校园文明行为观察6.4.2 超市顾客行为观察6.4.3 顾客购物偏好观察调研6.4.4 食堂服务质量调研思考和训练模块7 调查的实施和过程的管理7.1 案例导入7.2 理论与实务知识7.2.1 定量项目运作管理7.2.2 定性项目运作管理7.3 知识拓展：随机入户访问运作管理7.3.1 调研准备7.3.2 调研实施和总结7.3.3 项目检查标准7.4 能力训练7.4.1 运作管理基本要求7.4.2 市场调研项目运作管理设计7.4.3 市场调研运作管理实施思考和训练项目3 市场调研总结模块8 市场调研报告8.1 案例导入8.2 理论与实务知识8.2.1 资料的整理8.2.2 资料的分析8.3 能力训练8.3.1 手工整理资料：娃哈哈饮料市场调研8.3.2 建立计算机数据库8.3.3 使用Excel进行汇总思考和训练模块9 调研报告的撰写9.1 案例导入9.2 理论与实务知识9.2.1 调研报告的格式9.2.2 调研报告的撰写要求9.2.3 调研报告实例9.3 能力训练9.3.1 调研报告结构分析9.3.2 调研报告框架设计9.3.3 调研报告写作思考和训练参考文献

<<市场调研案例教程>>

章节摘录

市场调研概述 0.1 什么是市场调研 市场调研是企业进行市场经营活动的前提和基础，是企业为开展营销策划活动而获取市场信息的工具，是企业一项重要的职能。运用科学的市场调研手段，能够帮助企业管理者做出正确的决策，选择好的经营思路，使企业健康发展。

所谓市场调研，是指根据市场营销的需要，运用科学的方法对与企业营销活动有关的信息、资料进行搜集、记录、整理和分析，写出调研报告，为企业营销管理者的正确决策提供科学依据的过程。

市场营销的关键是发现和满足消费者的要求。

为了判断消费者的要求，实施满足消费者需求的营销策略计划，营销经理需要对消费者、竞争者和市场上的其他力量有一定的了解。

特别是近年来许多因素的出现，促使对信息质和量的需求有了更大的提高。

随着经济全球化的发展，国际化营销促使企业对信息有更高、更广的需求；随着消费意识的提高，企业的营销决策人员需要对消费者的消费习惯和趋向有更准确和更深入的了解；由于市场的竞争加剧，市场的变化速度加快，也必须对营销策略和工具有更深层次、更快速的了解和反应。

0.2 市场调研的内容 0.2.1 市场商品需求调查 市场商品需求调查主要包括市场商品需求量、需求结构和需求时间的调查，即了解消费者在何时何地需要什么，需要多少。

市场商品需求量主要取决于社会购买力水平。

调查市场商品需求量主要是调查社会购买力水平，是一种有支付能力的消费需求。

对企业来说，调查市场需求量，不仅要了解企业所在地区的需求总量、已满足的需求量和潜在的需求量，而且还必须了解本企业的市场销售量在市场商品需求量中所占的比重，即本企业销售的市场占有率，以及了解开拓地区市场的可能性。

<<市场调研案例教程>>

编辑推荐

丛书特点：针对性强，切合职业教育目标，重点培养职业能力，侧重技能传授；科学实用：面向应用型人才的就业，具备大量当前产用案例分析研究，注重培养学生的实践能力；内容新颖：借鉴国内外最新的教材，整合当前最新的理论，遵循最新发布各项准则、规范；系列完整：把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整；方便教学：网上提供完备的电子教案，习题参考答案等教学资源，适合教学需要。

《市场调研案例教程》可作为高等职业学校管理类专业的教学用书或实训教学指导用书，也可作为相关专业教学用书和在职营销人员的培训用书。

<<市场调研案例教程>>

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>