

<<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：9787030142313

10位ISBN编号：7030142314

出版时间：2004-9-1

出版时间：科学出版社

作者：刘玉玲

页数：344

字数：422000

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

本书以市场调查过程为主线，系统、深入浅出地阐述了市场调查与预测的基本概念、基本原理，着重介绍市场调查与预测的基本方法、技巧以及国内外最新市场调查与预测技术，内容包括：市场调查概述、市场调查过程、抽样设计、问卷设计、测量设计、市场调查数据的搜集方法、市场调查数据的整理、市场调查统计分析方法、市场预测方法等。

本书可作为高等职业技术学校及各大专院校的社会学、管理学、营销学、广告学、统计学等相关专业的教材，也可作为企业营销管理人员、市场调研人员的培训教材。

<<市场调查与预测>>

书籍目录

第一章 市场调查概述 第一节 市场调查的概念 一、狭义析市场调查和广义的市场调查 二、市场调查的研究内容 第二节 市场调查的性质 第三节 市场调查在决策中的角色 第四节 市场调查的分类 第五节 市场调查机构 一、市场调查的内部提供者 二、市场调查的外部提供者 第六节 市场调查的历史与现状 第七节 市场调查从业人员 本章小结 本章练习题 第二章 市场调查的过程 第一节 市场调查的过程 一、识别与界定问题或机会 二、生成调查设计 三、选择基本的调查方法 四、选择样本 五、搜集数据 六、分析数据 七、准备和撰写报告 八、跟踪 第二节 市场调查设计 一、市场调查设计的种类 二、选择研究设计的原则 三、项目预算与进度安排 四、市场调查计划书 五、市场调查案例 第三节 市场调查过程管理 一、确保数据质量 二、控制成本 三、时间管理 本章小结 本章练习题 第三章 抽样设计 第一节 抽样调查的基本思想 一、抽样调查的概念 二、抽样调查的特点 三、抽样方案的设计 第二节 非概率抽样 一、方便抽样 二、判断抽样 三、配额抽样 四、滚雪球抽样 第三节 概率的样 一、简单随机抽样 二、系统抽样 三、分层随机抽样 四、整群随机抽样 五、几种概率抽样方法的选择及比较 六、KISH表的应用 第四节 抽样误差及其测定 一、有关的基本概念 二、调查误差和抽样误差 三、极限抽样误差 第五节 抽样数目的确定与总体资料的推算 一、影响抽样数目的因素 二、必要抽样数目的确定 三、总体资料的推算 本章小结第四章 问卷设计 第五章 态度测量设计 第六章 市场调查数据的搜集方法(一) 第七章 市场调查数据的搜集方法(二) 第八章 市场调查资料的处理 第九章 市场调查的统计分析方法 第十章 市场预测概述 第十一章 市场预测方法(一) 第十二章 市场预测方法(二) 第十三章 撰写市场调查研究报告 附录A 富康纯净水公司的市场调查方案 附录B 太阳能热水器调查 附录C 常用统计表 主要参考文献

<<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>