

<<市场调查与分析>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与分析>>

13位ISBN编号：9787503729270

10位ISBN编号：7503729279

出版时间：2000-3

出版时间：中国统计出版社

作者：柯惠新 丁立宏

页数：500

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>

<<市场调查与分析>>

内容概要

《高等院校统计专业规划教材：市场调查与分析》理论联系实际，按市场调查实际运作过程展开。在编写时我们力求体现科学、实用、新颖和先进等特点，既注意讲解市场调查的基本原理和方法，又注意结合国内外市场调查的实践和经验，同时还注意介绍近年发展起来的最新市场研究分析方法和软件。

此外，作者也将多年从事市场调查教学、科研和实践的成果和心得体会写入书中与读者共享。

全书共分十五章，内容包括：市场调查导论、市场调查方案设计、市场调查方法、抽样设计、问卷设计、调查的实施、调查数据的整理、数据的表现、显著性检验、实用多元统计分析法、调查结果的书面与口头报告、市场调查的应用案例和附录等。

本书不仅适用于各财经院校和普通院校的本科、专科教学使用，也可作为在职人员培训及自学的教材或参考书籍。

考虑到目前各院校实际教学情况，书中标*号的内容可根据需要选择教学。

<<市场调查与分析>>

书籍目录

第一章 市场调查导论第一节 市场调查的意义一、市场调查的概念二、市场调查的特点三、市场调查的重要性四、市场调查的局限性第二节 市场调查的使用范围一、市场研究二、消费者行为研究三、品牌或企业形象研究四、消费者满意度研究五、产品研究六、广告研究七、营销环境研究第三节 市场调查的分类一、按研究的性质分类二、按调查的对象分类三、按调查的产品或服务分类四、按调查的组织形式分类五、按调查的方法分类六、按资料的来源分类第四节 市场调查的基本步骤一、确定调查问题和提出假设二、确定调查方案和撰写计划书三、实施调查和收集数据四、处理数据和分析数据五、撰写调查报告第五节 国内外市场调查状况一、市场调查的产生和发展二、国外发达国家市场调查业的状况三、国内市场调查兴起和现状四、对国内、外市场调查业的调查思考练习题第二章 市场调查的方案设计第一节 市场调查方案设计的重要性一、市场调查方案设计的概念二、市场调查方案设计的重要性第二节 方案设计的主要内容一、确定调查目的和内容二、确定调查对象和调查单位三、确定调查项目四、确定调查方式和方法五、确定调查资料整理和分析方法六、确定调查时间和调查工作期限七、确定调查经费预算八、确定提交报告的方式九、制定调查的组织计划第三节 调查方案的可行性研究与评价一、调查方案的可行性研究二、调查方案的评价思考练习题第三章 市场调查方法（上）第一节 文案调查法一、文案调查的特点和功能二、文案调查资料的来源三、文案调查的方式和方法四、文案调查的局限性五、文案调查资料的评估第二节 观察法一、观察法的类型二、观察法的记录技术三、观察法的优缺点及应用范围四、观察法的注意事项第三节 小组座谈法一、小组座谈法的特点二、小组座谈法的实施步骤与要点三、小组座谈法的优缺点四、小组座谈法的应用第四节 深层访谈法一、深层访谈法的特点二、深层访谈法的技术与技巧三、深层访谈法的优缺点四、深层访谈法的应用范围第五节 德尔菲法一、德尔菲法的特点二、德尔菲法的执行步骤三、德尔菲法的优缺点四、德尔菲法的具体应用第六节 投影技法一、联想技法二、完成技法三、结构技法四、表现技法五、投影技法的优缺点思考练习题第四章 市场调查方法（中）第一节 电话调查一、传统的电话调查……第五章 市场调查方法（下）第六章 抽样设计第七章 问卷设计第八章 调查的实施第九章 调查数据的整理第十章 数据的表现——统计数字和统计图表第十一章 显著性检验第十二章 实用多元统计分析法（上）第十三章 实用多元统计分析法（下）第十四章 调查结果的书面与口头报告第十五章 市场调查的应用案例附录一 SAS系统使用简介附录二 调查问卷附录三 常用统计用表

<<市场调查与分析>>

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>