

《市场营销调研(第2版21世纪高等院校市场营销专业规划教材)》

书籍信息

版次：2

页数：

字数：

印刷时间：2011年08月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787565404498

编辑推荐

胡介焜、周国红、周丽梅编著的《市场营销调研(第2版)》介绍的市场营销调研课程所包括的内容，与传统的市场调查和预测课程又有很大的不同。首先，传统的市场调查和预测局限于对调查方法理论上的研究，而本书所探讨的这门课程不仅讨论调研中所需要的各种方法，而且，更着重于对各种调研方法的应用背景和应用技巧的研究。其次，传统的市场调查和预测只是单纯地对市场本身进行研究，而本课程还包括对企业营销策略的调研分析，以保证企业的营销策略**限度地适合于市场的环境，并根据需要对营销策略进行改进和调整。此外，本书不仅将讨论制定各种有创见的营销策略和方案的方法，而且也研究评价和检测现有营销方案的有效性和效率的手段。

内容简介

本教材介绍了市场调研和市场预测的理论和方法，以及市场调研方法的实际应用问题、市场调研预测结果的报告等内容。

目录

第1章 绪论

学习目标

引例

1.1 市场调研概述

1.2 市场调研的类型和应用

1.3 市场调研行业

1.4 市场调研中的伦理道德

本章小结

主要概念

基本训练

第2章 市场调研的计划、组织和实施

学习目标

引例

2.1 市场调研过程的计划

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)