

# 《当代市场调研》

## 图书基本信息

书名：《当代市场调研》

13位ISBN编号：9787111077909

10位ISBN编号：7111077903

出版时间：2002-5

出版社：机械工业出版社

作者：小卡尔.迈克丹尼尔,罗杰.盖茨

页数：518

译者：范秀尘

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《当代市场调研》

## 内容概要

本书是国外最为流行的市场调研教科书之一，两位作者均为国际知名的市场调研专家，既有很高的理论水平，又有丰富的实践经验。本书特色鲜明，语言生动，以“集中于调研客户”为宗旨，从管理者使用或购买市场调研信息的角度介绍市场调研的思想，内容涵盖市场调研在管理决策中的作用、调研方案的设计、利用统计工具对数据资料进行分析，以及市场调研的实际应用等诸多方面。本书适用于营销学专业本科生、研究生及MBA的教学，也可供企业营销管理人员参考之用。

# 《当代市场调研》

## 作者简介

小卡尔·迈克丹尼尔,得克萨斯大学附灵顿分校市场营销系主任。出版有《营销学原理》、《当代市场调研》等11部著作。担任《全业研究学报》编委。日内百国际贸易中心高级顾问。1992年被美国西南市场营销学会授予“杰出调研员”称号。

罗杰·盖茨, DDS调研公司司总裁, 并担任《应用市场调研》和《数据收集学报》等刊物的编委。

## 书籍目录

### 第一部分 导论

第一章 市场调研在管理决策中的作用

第二章 市场调研中的提供者和使用者

第三章 市场调研过程

### 第二部分 设计调查方案

第四章 公开的二手资料、数据库、因特网和决策支持系统

第五章 定性调研

第六章 原始资料的收集方法：询问法

第七章 原始资料的收集方法：观察法

第八章 原始资料的收集方法：实验法

第九章 测量

第十章 利用测量量表改善营销效果

第十一章 问卷设计

第十二章 基本抽样问题

第十三章 样本容量的确定

### 第四部分 数据分析

第十四章 数据处理和基本数据分析

第十五章 数据分析：差分统计检验

第十六章 数据分析：二元变量相关和回归

第十七章 多变量数据分析

### 第五部分 市场调研实践

第十八章 沟通调研结果

第十九章 营销调研管理与调研伦理

第二十章 竞争情报工作

第二十一章 市场调研实践

## 媒体关注与评论

书评本书的基本宗旨是帮助您了解您的顾客，然后尽您最大的努力为顾客提供最大的价值和出色的服务。在当今快速变化的全球市场中，低成本、准确和适时的市场营销决策至关重要。因此，为了满足决策人员对信息的需求，市场调研实践在技术和方法上都发生了重要的变化。

## 精彩短评

- 1、 依赖当当，好评~~~
- 2、 市场调查良好的入门书有网络作业的连接有趣易懂
- 3、 很有用的工具书，而且生动活泼！
- 4、 好像是次品，不过该书内容还是不错的
- 5、 书的内容不错，有不少创新的理念，也有丰富的案例分析。
- 6、 这书很难买啊 不过买到了 还没什么质量问题 很开心呢
- 7、 老师要求的教材，内容很好。。。
- 8、 怎么本书是旧的，怀疑是二手。拆开随便翻几页，还是不错的内容
- 9、 虽然是工具书，但是确实是对工作大有益处。慢慢看吧。
- 10、 书是到手了，大概翻了一下，内容很是详尽，加上网络链接部分更体现经典著作的时效性，慢慢学习吧！
- 11、 有些东西还需要慢慢去学
- 12、 对于从事市场营销工作的人很有帮助。
- 13、 学pass，先生是很吊的高数老师，布鞋老师
- 14、 纸质不错
- 15、 书里面有很多case读起来很有趣,内容也比较实用,定量分析部分内容比较多,定性分析稍微少了点,总体来说比较物有所值.

# 《当代市场调研》

## 精彩书评

1、世界杯，热天，图书馆。终于看完了，最后看的有点囫圇吞枣的感觉。案例很多，不过概念性案例为主，操作性案例不多。读起来属于比较轻松愉快的那一种。对于研究方法上可以提供一些比较严谨的思路，尤其是研究的设计上。数据分析那里感觉没讲好，太笼统了，不过毕竟不是统计学教材，也就参考一下吧。作为参考书还是有一定价值的。

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)