

# 《Excel在市场调查工作中的应用》

## 图书基本信息

书名：《Excel在市场调查工作中的应用》

13位ISBN编号：9787500669838

10位ISBN编号：7500669836

出版时间：2006-6

出版社：中国青年

作者：何俊

页数：408

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)

# 《Excel在市场调查工作中的应用》

## 内容概要

《Excel在市场调查工作中的应用》以现代企业市场调研与分析为立足点，首先介绍市场调查与Excel的基础知识，然后详实地讲解Excel在市场调查工作中的具体应用，并对统计分析过程中使用的描述统计、方差分析、假设检验等方法进行了全面剖析，帮助读者快速掌握和融会贯通。

如果您正好从事与市场紧密相关的工作，常常为一个又一个的市场调查课题而烦恼，那么《Excel在市场调查工作中的应用》就是专门为您而编写的。通过学习《Excel在市场调查工作中的应用》，您不但可以迅速高效地完成公司指定的任务，而且可以从设计调查问卷做起，对搜集到的数据进行统计分析直至最后得出优秀的调查报告。

# 《Excel在市场调查工作中的应用》

## 书籍目录

第1章 市场调查与数据统计基础知识 1.1 市场调查意义及基本内容 1.2 市场调查的步骤 1.3 抽样调查的考虑因素与样本大小计算 1.4 调查问卷的设计 1.5 几种常见的统计推断方法 1.6 重点难点分析 1.7 习题第2章 Excel 2003快速入门 2.1 Excel的启动与退出 2.2 Excel 2003操作界面 2.3 文档窗口操作 2.4 视图 2.5 页面设置 2.6 工具栏 2.7 文件操作 2.8 数据录入与单元格的编辑 2.9 公式基础知识 2.10 函数基础知识 2.11 初步了解Excel中的数据分析工具 2.12 重点难点分析 2.13 习题第3章 新产品市场调查与分析 3.1 应用背景分析 3.2 设计调查问卷 3.3 问卷结果编码与录入 3.4 替换编码生成结果数据库 3.5 样本组成分析 3.6 新产品市场定位分析 3.7 重点难点分析 3.8 举一反三——新产品上市跟踪测试 3.9 习题第4章 广告效果研究 4.1 应用背景分析 4.2 设计调查问卷 4.3 创建调查结果资料库 4.4 样本组成分析 4.5 广告效果评测.....第5章 品牌形式调查与分析第6章 客户满意度调查第7章 竞争对手研究第8章 消费者购买行为研究第9章 产品价格研究第10章 啤酒市场调查与分析第11章 房地产市场调查与分析第12章 零售商业市场调查与分析第13章 日常护肤品市场调查与分析第14章 手机市场调查与分析

# 《Excel在市场调查工作中的应用》

## 编辑推荐

《Excel在市场调查工作中的应用》最大的特点就是实用，所举实例典型而富有针对性，稍加修改即可运用到实际工作中。它会成为您完成市场调查工作的最佳帮手！

# 《Excel在市场调查工作中的应用》

## 精彩短评

- 1、这是一本很好的书,很实用
- 2、看了四分之一就留着了
- 3、替我同学买的。她学市场营销，她说很不错的
- 4、很多案例，就是难度还需要提高点
- 5、内容比较有针对性，根据不同的用途，从设计到分析。但是，普遍性不是很好。建议大家不是很需要这一领域应用知识的人不要买。
- 6、这本书不错，内容充实，价格便宜，就是附送的光盘内容不够，同书配合不上。
- 7、我对Excel是没有基础的人，看了这书的两章感觉还是有收获的，但是什么函数和什么统计工具的原理就是有点看不懂，估计要往后看了可能会好点但感觉市场调查对小企业或者说是小店铺没有什么好大的作用作为了解课题吧，知道总比不知道好
- 8、实用，简单明了。
- 9、能够解决问题，实用性较强。例子深入浅出，不错。
- 10、操作起来还行。但是很像教材。感觉和我大学考试差不多。要很大的耐心才能学到知识
- 11、难度中等，适合初学者，看后可以应付难度不是很高的定量分析。通过实例讲解，很直观，容易学，实用，值得购买！
- 12、相当有用的一本书，很多很好并且很有效的公式都在里面看到了
- 13、很喜欢这本书,很实用,我的问卷是依照这个做出来的.对我帮助很大.不仅仅是刚入门的人的好资料,而且也是从事市场调查工作者的需要.
- 14、非常有效，实用！

## 精彩书评

1、最近非常的懒惰，可能是因为工作压力比较大的原因。想读书，又没精力，只能读一些休闲或者工具书~完全的实用主义导向~自己鄙视自己一下。正在读着一本，按照上面说的实用原则，这本书还是非常符合标准的。结构清晰，一些小技巧非常精当，常常给人惊喜。going on~

2、自己以为对EXCEL已经很熟，没有想到这本书还是做了一种新的尝试，给人一种新的应用方法，不错，值得学习，下面主要记一些自己不太记得的东西：一、 样本确定：样本一般以50-5000之间为宜，确定样本的方法主要有二个：A. 当估计  $\mu$  时，样本大小计算公式为： $n_2 = Z^2 \times \frac{\sigma^2}{E^2}$  其中Z为某一置信度所对应的临界值  $\sigma$  为总体标准差 E为容许的误差范围B. 当估计P时，样本大小的计算公式为： $n_2 = Z^2 \times \frac{P(1-P)}{E^2}$  其中Z为某一置信度所对应的临界值P为总体比例 E为容许的误差范围假设置信水平为0.9时，概率为0.5，可容忍误差为0.03，则样本大小可以这样求得：A B C D E  
F1 置信水平 累积机率值 Z值 概率P 可容忍误差值 样本大小2 90.00% 0.5  
0.03 第一步，先得到累积机率值B2=D2+A/2第二步，求Z值 C2=Norminv (B2, 0, 1) 第三步，求总体样本的大小 F2=C2^2 x D2 x (1-D2) / E2二、 数据统计推断分析方法1. 假设检验目的：是用来判断样本与样本，样本与总体的差异是由抽样误差引起还是本质差别造成的统计推断方法。基本思想：小概率反证法思想。即P<0.01或P<0.05在一次试验中基本不会生发。反证法思想是先提出假设（检验假设H0），再用适当的统计方法确定假设成立的可能性大小，如果可能性小，则认为假设不成立，否则，还不能认为假设不成立。方法：t检验，u检验，秩和检验，卡方检验应用条件：A、各组资料具有可比性B、具正态分布C、方差齐性（即先作F检验，如F<F0.05，则P>0.1，具方差齐性）2. 方差分析目的：又称为变异系数分析或F检验。用于推断两组或多组资料的总体平均数是否相同，检验两个或多个样本平均数的差异是否具有统计意义。基本思想：用组内均方去除组间均方的商，即F值，与1比较，若F值接近1，则说明各验均数间的差异没有统计学意义，否则表示有统计学意义。应用条件：A、各组资料具有可比性B、具正态分布C、方差齐性（即F检验）3. 回归分析目的：研究一个变量Y与其它若干变量X之间的一种数学工具。它是一组试验或观测数据的基础上，寻找被随机性掩盖的变量之间的依存关系。A. 直线回归方程  $Y_c = a + bX$  B. 回归关系的检验：求回归方程在总体中是否成立，即是否样本代表的总体也有直线回归关系。a. 方差分析：基本思想是将总变异分解为SS回归和SS乘余，然后利用F检验来判断方程是否成立。b. t检验：基本思想是利用样本回归系数b与总体平均数回归系数进行比较来判断回归方程是否成立。

# 《Excel在市场调查工作中的应用》

## 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)