

图解市场调查指南



[图解市场调查指南_下载链接1](#)

著者:酒井隆

出版者:中山大学出版社

出版时间:2008-3

装帧:平装

isbn:9787306030436

《图解市场调查指南》是一本非常适合于在大学课堂里使用的书，也是一本非常新颖的市场调查专业书。作者酒井隆先生是日本市场调查界最活跃的人物之一，该书以图解的方式讲述市场调查理论与实践，可称得上是日本科学研究“分析主义”传统和科学知识大众化的典范，高深的理论在作者笔下成了人人都能读懂的“常识”。在《图解市场调查指南》中，几乎自始至终都采用了左页为文字，右页为图表的行文方式，不但一目了然，而且让读者读后很容易牢记在心。

作者介绍:

目录: 上编 市场调查的实施方法
第1章 什么是市场调查
1 市场调查

2市场营销
3企业与市场调查的关系
4非营利组织与市场调查的关系
5企业的市场营销活动与调查主题举例
6市场调查的课题探讨
7市场调查应用举例 (1) 企业
8市场调查应用举例 (2) 行政
9调查部门的角色
10市场调查手法的历史

茶歇 市场调查的概念
第2章 市场调查的种类

11市场调查的种类
12二手资料收集分析调查概要
13定性调查概要
14观察调查概要
15实验与测试概要
16问卷调查 (定量调查)
17固定样组调查
18调查程序 (1) 调查的步骤
19调查程序 (2) 调查对象的确定
20调查程序 (3) 调查方法的选定
21调查程序 (4) 分析方法的种类

茶歇 慢速调查与快速调查

第3章 二手资料收集分析调查

22二手资料收集分析调查的目的
23二手资料的种类
24资料分析调查
25二手数据分析调查
26资料收集清单的制作与检索方法
27互联网搜索的使用方法
28互联网搜索的注意点
29二手资料内容的确认要点
30选定用于分析的二手资料
31二手资料整理要点
32二手资料分析要点
33资料分析调查的例子

茶歇 磨练一双鉴定二手数据的火眼金睛

第4章 定性调查

34定性调查的目的
35小组座谈会
36深度访谈
37倾听调查与案例研究
38其他的定性调查方法
39定性调查的提问方法
40小组座谈会的策划 (1) 调查对象的确定
41小组座谈会的策划 (2) 提问方式的选定
42小组座谈会的策划 (3) 实施日程的决定
43小组座谈会的策划 (4) 调查对象募集
44小组座谈会实施前的准备
45小组座谈会的实施
46作为主持人的注意点
47访问结果的整理
48小组座谈会的注意点
49倾听调查的方法 (1) 策划设计

50倾听调查的方法 (2) 调查项目
51倾听调查的方法 (3) 面访约定
52倾听调查的方法 (4) 倾听的诀窍
53倾听调查的方法 (5) 结果的整理方法

茶歇 写好脚本再访问

第5章 观察调查

54观察调查的目的与种类
55观察调查的程序
56步行动作路线观察调查
57步行动作路线观察调查的策划和实施的注意点
58步行动作路线观察调查的分析方法
59神秘购物

60神秘购物的要点

61电视收视率调查

62电视收视率调查的调查内容

63基于POS数据的销售状况观察

茶歇 观察方法需要具有客观性

第6章 实验与测试

64实验与测试

65实验与测试的种类

66实验与测试方法的选定

67事前事后测试和单纯事后测试

68实验计划法

69实验计划法 (1) 完全随机设计

70实验计划法 (2) 随机区组设计

71实验计划法 (3) 拉丁方设计

72实验计划法 (4) 正交表

73实验与测试的要点 (1) 效果指标

74实验与测试的要点 (2) 实施准备

75实验与测试的要点 (3) 实施

76社会实验 (1) 什么是社会实验

77社会实验 (2) 实验的准备

78社会实验 (3) 效果的尺度

茶歇 反复进行提高实验与测试的可信性

第7章 问卷调查的种类

79问卷调查的特征和目的

80问卷调查的方法、种类各色各样

81通过访问员进行的面访调查、到场者调查

82留置问卷调查和到场者自填式调查等

83借助于邮寄、传真、电话、互联网等的调查

84定点街头访问调查、家庭使用测试、电邮投票等

85调查技术的IT化倾向

86互联网调查的注意点

茶歇 仙人佛祖也需要问卷调查

第8章 问卷调查的策划

87调查对象的定义

88调查（实施）方法的探讨

89问卷调查项目的探讨

90调查所需时间的探讨

91调查费用的估算

92样本量的确定

93提高问卷回收率的方法

茶歇 未雨绸缪的问卷调查

第9章 问卷的设计

94问卷设计的程序
95关于提问顺序的思考
96提问的类型和回答的类型
97测量调查对象的4个尺度
98测量态度的尺度
99设计提问句
100调查量的调整
101调查对象特征的把握
102问卷的版式设计
103寒暄函
茶歇 问卷调查中的“其他”
第10章 问卷调查的实施
104什么叫抽样
105简单抽样方法和系统抽样方法
106概率与规模成比例二级抽样方法
107分层二级抽样方法
108区域抽样（醉步）
109时间抽样、RDD
110访问调查要点
111到场者调查要点
112邮寄、电话、传真调查要点
113定点街头访问调查要点
114互联网调查要点
115回收问卷的复核
茶歇 地震、雷电、火灾、老爸
第11章 调查数据的统计
116统计工作的程序
117数据的最终检查
118自由回答的选择肢化
119统计计划的制定
120交叉统计和交叉分析要点
茶歇 数表是真实的证据
第12章 报告的撰写
121调查报告撰写要点
122图表制作要点
123报告的构成（1） 目录构成
124报告的构成（2） 调查概要
125报告的构成（3） 调查结果
126报告的构成（4） 结论、今后的课题
茶歇 猎人追数目中无山
第13章 个人信息保护
127市场调查与个人信息的保护
128关于个人信息保护的舆论调查结果
129什么是个人信息
130个人信息保有者的义务
131关于个人信息保护的内部管制体系
下编 调查数据的分析
第14章 统计分析基础
132统计分析的目的
133频数分布
134集中趋势的度量（1） 平均
135集中趋势的度量（2） 中值和最频值
136范围和标准差
137组间比例的检验卡方检验（1）

138卡方检验 (2) 拟合优度检验
139卡方检验 (3) 独立性检验
140平均值的差的检验t检验
141平均值的差的检验方差分析
142相关系数
143一元线性回归
茶歇 统计信息的两面性
第15章 需求预测
144市场营销和需求预测
145数据挖掘和需求预测
146需求预测手法的种类
147定性预测法
148定量预测法 (1) 定量调查
149定量预测法 (2) 时序分析①时序数据的图形化
150定量预测法 (2) 时序分析②理论趋势线
151定量预测法 (2) 时序分析③移动平均法
152定量预测法 (2) 时序分析④指数平滑法
153定量预测法 (2) 时序分析⑤季节变动分析法
154定量预测法 (2) 时序分析⑥自回归模型
155定量预测法 (2) 时序分析⑦混沌时序分析
156定量预测法 (3) 因果关系模型①多元回归分析
157定量预测法 (3) 因果关系模型②计量经济学模型
158定量预测法 (3) 因果关系模型③哈夫概率模型
159定量预测法 (3) 因果关系模型④马尔可夫链模型
茶歇 分析手法的自圆其说
第16章 多变量分析
160多变量分析的种类①
161多变量分析的种类②
162多变量分析的应用领域
163多元回归分析
164概率单位分析
165数量化理论 I
166结合分析
167判别分析
168逻辑斯谛回归分析
169数量化理论 II
170因子分析
171聚类分析
172数量化理论 III
• • • • • ([收起](#))

[图解市场调查指南_下载链接1](#)

标签

市场调查

营销

研究方法

工具书

市场营销

图解市场调查指南

商业

酒井隆

评论

不得不佩服日本做事做人的精细，相当不错的市场调研工具书

非常细致，实用的一本工具书。

: F713.5/J81

「方法」的目录，用作整理既有知识以及拓展索引比较合适，差不多每一章都可以拓展成一大本书。

很实用。

用户调研。

一本好书不仅有新知，还会带来希望

巨细靡遗的操作指南，看完可以直接上手了。BTW，为什么市场调查的东西都是社会学
.....

日本人做事就是细，强烈推荐之。

信息比较全，适合初学者。但毕竟是01年的书，没有新东西

日本人的书很有实用性。

教科书，不实用

文艺哥为我们译的~~~~

日本人写的书就是详实，有操作性！

简洁易懂，注重怎么做。

太厚了，没心机看。。

大而全的工具书

书不错，右页图表简洁明了，内容详尽。终于看完了。

@2015-04-26 03:39:23

[图解市场调查指南_下载链接1](#)

书评

本人是统计学的，临近毕业，发现自己的统计知识体系还是显得尤为混乱，碰巧在学校的图书馆查到此书，拿来一看，果然里面的知识梳理得很清楚，很饥渴地读了三天，作了十页笔记，笔记大部分以图表示。
现在对自己的知识体系中哪部分较强，哪部分较弱也很清楚了。 无论是你是个市...

[图解市场调查指南_下载链接1](#)