

EXCEL数据分析与市场调查



[EXCEL数据分析与市场调查 下载链接1](#)

著者:林宏谕

出版者:中国铁道出版社

出版时间:2009-9

装帧:

isbn:9787113093891

《EXCEL数据分析与市场调查》有大量范例与随堂练习，并要求重新编写与整理市场调

查分析个案，希望读者可以从个案中学习更完整市场调查的理念与Excel应用。《EXCEL数据分析与市场调查》适合Excel进阶应用的使用者，包括一般管理阶层以及所有从事数字运算、财会、数据分析、市场调查等相关人员，用以提升工作效率的工具书。

《EXCEL数据分析与市场调查》附有范例光盘，每一章至少使用到一个范例文件，而每一个范例文件中有多个工作表。针对每一个范例文件，都提供了参考答案，也就是相同文件名后面加上“参考解答”。同时也有相关的自我练习，目的是使学习者可以随时进行练习。每一章最后都有习题，在范例光盘中也都附有习题答案。

作者介绍：

目录：

CD-ROM附所有范例、章后习题及答案，书中所有案例及完成文件包括所有章后习题及答案。逻辑清晰地讲解Excel进阶应用《EXCEL数据分析与市场调查》以清晰的逻辑介绍Excel的数据分析功能。内容以大量丰富的范例、自我练习、技巧贯穿全文，介绍了Excel的进阶应用。

从实际应用出发。选取最典型的数百个范例及习题在书设计了大量范例及习题，同时光盘中附有《EXCEL数据分析与市场调查》中的所有范例和参考答案、《EXCEL数据分析与市场调查》的所有习题答案，方便读者进行自我检测和自我练习，以增强学习效果。

01 Excel基本操作

02 Excel数据分析的基础

03 工作簿与合并图表

04 数据列表的管理与应用

05 建立统计图表的技巧

06 重要数据分析函数

07 数据透视表的应用

08 数量化辅助决策

09 数据分析与统计应用

10 市场调查案例分析

台湾管理大师林宏谕博士和统计专家姚瞻海博士的精彩巨作

Chapter01 Excel基本操作

1.1 建立Excel基本模式

1.1.1 工作簿的基本概念与操作

1.1.2 单元格与数据编辑

1.1.3 输入工作表中的数据与修改

1.1.4 建立各种常规类型的数据

1.1.5 快速建立序列

1.1.6 产生简易的预测和趋势序列

1.2 名称的定义与使用

1.2.1 名称的定义

1.2.2 名称的使用

1.3 公式与函数的设置

1.3.1 设置一般公式与函数

1.3.2 在公式中输入文字

1.3.3 地址的表达

1.3.4 相对地址与绝对地址

1.4 函数的使用与编辑

1.4.1 函数基本概念

1.4.2 建立函数

1.4.3 条件求和向导

1.5 习题

Chapter02 Excel数据分析的基础

2.1 文件格式的转换

2.2 文本导入向导

2.2.1 判断数据的分隔方式

2.2.2 选择“分隔符号”或“固定宽度”

2.2.3 更改数据类型或导入字段

2.3 与HTML之间的文件转换

2.3.1 静态HTML转换

2.3.2 交互HTML转换

2.4 导入外部数据

2.4.1 Web数据库查询

2.4.2 数据库查询

2.4.3 导入文本文件

2.5 习题

Chapter03 工作簿与合并报表

3.1 工作表分级处理

3.1.1 分级与数据的层级

3.1.2 分级环境的建立

3.1.3 分级环境介绍与使用

3.1.4 分级的显示与清除

3.2 工作组与引用

3.2.1 工作簿地址

3.2.4 三维引用

3.3 报表的合并

3.3.1 基本合并计算

3.3.2 格式不一致的合并计算

3.3.3 多层级合并

3.4 数据有效性

3.4.1 数据有效性的范例

3.4.2 数据有效性的高级说明

3.5 习题

Chapter04 数据列表的管理与应用

4.1 数据列表基本概念

4.1.1 列表基本处理

4.1.2 Excel的列表管理功能

4.2 数据排序

4.2.1 一般数据的排序

4.2.2 数据排序的原则

4.2.3 高级排序

4.3 数据筛选

4.3.1 自动筛选

4.3.2 高级筛选

4.4 数据分类汇总

4.4.1 一般汇总

4.4.2 与自动筛选一并应用

4.5 习题

Chapter05 建立统计图表的技巧

5.1 统计图表的建立

5.1.1 建立统计图

5.1.2 改变图表类型

5.1.3 建立没有工作表的统计图

5.2 统计图表的编辑技巧

5.2.1 数据系列与分类数据互换

5.2.2 添加、删除数据系列与数据点

5.3 统计图表格式设置技巧

- 5.3.1 图表文字格式设置
 - 5.3.2 坐标轴格式设置
 - 5.3.3 数据系列格式设置
 - 5.3.4 三维图表格式设置
 - 5.4 特殊统计图表的制作
 - 5.4.1 折线图表与多图表类型统计图
 - 5.4.2 股票量价分析图
 - 5.4.3 自定义型统计图表
 - 5.4.4 自动建立趋势图与误差线
 - 5.5 图表的共享
 - 5.5.1 建立自定义套用图表格式
 - 5.5.2 设置图表显示的默认状态
 - 5.5.3 图表格式共享
 - 5.6 习题
- Chapter06 重要数据分析函数
- 6.1 函数概述与加载宏
 - 6.2 一般统计函数
 - 6.3 工作表信息与判断函数
 - 6.4 查找与引用函数
 - 6.5 财务会计专用函数
 - 6.6 日期与时间函数
 - 6.7 本章常用函数
 - 6.8 习题
- Chapter07 数据透视表的应用
- 7.1 创建简单数据透视表
 - 7.1.1 数据透视表基本类型
 - 7.1.2 数据透视表的简单应用
 - 7.2 统计字段的管理
 - 7.3 产生数据透视图
 - 7.4 多字段数据透视表分析
 - 7.4.1 多字段分析
 - 7.4.2 使用分页分析
 - 7.4.3 组分析
 - 7.4.4 相对分析与百分比
 - 7.5 数据透视表
 - 7.6 计算字段与项目
 - 7.6.1 自定义计算项目
 - 7.6.2 自定义计算字段
 - 7.7 数据的显示与追踪
 - 7.7.1 数据更新
 - 7.7.2 显示明细数据
 - 7.7.3 数据追踪
 - 7.8 数据筛选与数据透视分析
 - 7.8.1 使用MicrosoftQuery
 - 7.8.2 使用高级筛选
 - 7.9 将数据转成OLAP分析
 - 7.9.1 OLAPCube简介
 - 7.9.2 从Excel创建Cube的实例
 - 7.10 多重范围数据透视表
 - 7.11 数据透视表其他重要技巧
 - 7.11.1 字段排列与筛选
 - 7.11.2 表格的选项
 - 7.11.3 行字段与列字段的选项
 - 7.12 习题

Chapter08 数量化辅助决策

8.1 单变量求解

8.1.1 单变量求解基本概念

8.1.2 标准模型设置与解题步骤

8.1.3 损益平衡模型的设置与解决

8.1.4 图表式单变量求解

8.2 最佳化与规划求解

8.2.1 “规划求解” 基本概念

8.2.2 使用“规划求解”

8.2.3 规划求解报表

8.2.4 控制求解过程

8.3 方案与What-If分析

8.3.1 What-If分析与运算列表

8.3.2 方案的建立

8.3.3 使用方案

8.3.4 合并其他方案

8.3.5 自定义查看模型

8.4 方案与规划求解范例

8.4.1 案例研究一：广告研究模型

8.4.2 案例研究二：特殊线性规划问题——运输问题

8.4.3 案例研究三：特殊线性规划问题——转运问题

8.5 习题

Chapter09 数据分析与统计应用（一）

9.1 统计分析的基本概念

9.1.1 统计学的意义

9.1.2 数据的性质与显示方式

9.2 排位与百分比排位

9.2.1 排位与百分比排位结论

9.2.2 扩展应用——利用函数功能进行数据查询

9.3 描述统计与直方图

9.3.1 描述统计

9.3.2 直方图

9.4 协方差与相关系数

9.5 概率分布与随机数发生器

9.5.1 正态分布 (normaldistribution)

9.5.2 均匀分布 (uniformdistribution)

9.5.3 柏努利分布(bernoullidistribution)

9.5.4 二项式分布 (binomialdistribution)

9.5.5 泊松分布 (poisondistribution)

9.5.6 离散分布 (discretedistribution)

9.5.7 模式分布

9.6 正态分布假设的评估

9.6.1 将数组的特性与正态分布的特性进行比较

9.6.2 绘制正态概率图

9.7 习题

Chapter10 数据分析与统计应用（二）

10.1 推论统计

10.1.1 抽样

10.1.2 推论统计——单一总体的估计与检验

10.1.3 推论统计——双总体的估计与检验

10.2 方差分析

10.2.1 单因素方差分析

10.2.2 双因素方差分析

10.3 回归分析

10.3.1 简单回归分析应用范例

10.3.2 多元回归分析应用范例

10.4 时间序列分析

10.4.1 指数平滑法

10.4.2 移动平均法

10.5 习题

Chapter11 市场调查案例分析

11.1 市场调查的基本概念

11.1.1 市场调查的内容与概念

11.1.2 现有的市场信息

11.2 市场调查的步骤

11.3 抽样调查的意义与样本大小

11.3.1 抽样调查的考虑因素

11.3.2 误差的种类与样本大小

11.4 问卷的设计准则

11.4.1 问卷的主要结构

11.4.2 问卷设计中的尺度意义

11.4.3 问卷设计的要点

11.5 研究个案说明与问卷实例

11.6 问卷结果编码与问卷数据库

11.6.1 初步检查

11.6.2 编码

11.6.3 建立数据库

11.6.4 替换编码

11.7 基础分析—样本组成分析

11.7.1 样本组成分析

11.7.2 统计图表辅助

11.7.3 样本组分析结果

11.8 消费者行为统计与复选处理

11.8.1 消费者行为基本分析—一次数分布

11.8.2 复选的处理

11.9 消费者态度调查与描述统计分析

11.9.1 使用综合判断分数反映消费者的态度

11.9.2 使用描述统计描述消费者的态度与认知

11.9.3 消费者态度描述统计分析的结论

11.10 t检验—检验两个总体的消费行为是否一致

11.10.1 两个总体平均数差异的假设检验

11.10.2 问卷分析的两总体平均数差异的假设检验

11.11 方差分析—检验多个总体的消费行为是否一致

11.12 相关性分析与相关系数

11.12.1 问卷中的相关性分析

11.12.2 使用相关系数进行问卷分析

11.12.3 相关系数的延伸应用

11.13 相对次数分布与相关性分析

11.13.1 使用双变量数据透视分析

11.13.2 使用多变量数据透视分析

11.14 以卡方检验验证两变量的关系

11.15 使用多元回归建立消费行为预测模型

11.15.1 多元回归预测因素的选择

11.15.2 五变量多元回归分析

11.15.3 四变量多元回归分析

11.15.4 三变量多元回归分析

11.15.5 二变量多元回归分析

11.16 个案模拟（习题）

- 一.市场调查目的
- 二.消费行为研究问卷
- 三.抽样与数据输入
- 四.统计分析
- · · · · (收起)

[EXCEL数据分析与市场调查_下载链接1](#)

标签

市场研究

excel

统计分析

市场分析

Excel

数据

营销

统计

评论

太复杂……

最后的案例启发很大

[EXCEL数据分析与市场调查 下载链接1](#)

书评

[EXCEL数据分析与市场调查 下载链接1](#)