

市场营销调研



[市场营销调研_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-1

装帧:

isbn:9787040205640

《市场营销调研(第2版)》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材、面向21世纪课程教材，是高等学校市场营销专业主干课程系列教材之一。《市场营销调研(第2版)》第1版自2001年7月出版以来，被国内百余所高等院校采用，得到广大高校师生和市场营销界专家、学

者的肯定和赞誉，并被评定为普通高等教育“十五”国家级规划教材。《市场营销调研(第2版)》第2版作为普通高等教育“十一五”国家级规划教材，在原版的基础上根据工商管理 and 市场营销专业对核心课程的基本要求，以及市场营销调研的基本理论和方法的发展和实践应用环境的变化，进行了全面的修订和改写，是一本以实践应用为导向的全新的市场营销调研理论与方法的教科书和参考手册。

《市场营销调研(第2版)》的主要内容和特点包括：1.加强了对市场营销调研的本质和市场调查行业的认识和理解。增加了关于市场调查行业的讨论和部分调查公司介绍。2.增加了作为市场营销调研科学基础的研究方法论内容，包括科学研究的性质、科学研究中的逻辑推理和理论的构成要素，以及营销问题研究的一般程序。3.增加了国内同类教科书上鲜有的市场营销研究道德的讨论。4.加强了市场营销调研中数据收集方法的内容，二手数据、定性研究、访问法、观察法和实验法都独立成章。将各类数据收集方法的训练作为基础性营销调研的重点。5.更加关注量表编制、问卷设计和抽样设计等实用技术。6.全书提供大量实际案例、专栏文章和相关资料，为教师教学和读者自学创造了极为便利的条件。

《市场营销调研(第2版)》可作为高等学校工商管理类本科生、研究生(含MBA和EMBA)的教材，也适用于市场营销研究人员和经理人员阅读参考。

作者介绍:

目录:

[市场营销调研_下载链接1](#)

标签

课本

评论

说人不评书。曾当然学术很厉害啦，做人真不厚道。

[市场营销调研_下载链接1](#)

书评

[市场营销调研_下载链接1](#)