

营销调研基础



[营销调研基础_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2011-1

装帧:

isbn:9787301138083

《营销调研基础(第6版)》以实用性为宗旨，通过将研究问题的过程分成几个基本步骤，为优秀的营销经理和市场研究人员作出选择和决策提供了一个清晰的框架，这些步骤包括：形成问题—确定调研方案—确定数据收集方法—设计数据收集形式—设计样本并收集数据—分析并解释数据—准备研究报告。书中除每章开始的学习目标，章末的本章小结、关键术语、问题回顾、供讨论的问题与案例，以及部分末尾的综合案例外，还穿插有经理关注、调研之窗、技术讲解、道德困境等颇具特色的专栏。

作者介绍:

目录:

[营销调研基础_下载链接1](#)

标签

首都图书馆

营销调研基础

评论

为了调研做做功课

[营销调研基础_下载链接1](#)

书评

[营销调研基础_下载链接1](#)