

咨询师考试《案例》复习要点(第二章) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/225/2021_2022__E5_92_A8_E8_AF_A2_E5_B8_88_E8_c60_225937.htm 资料类别：咨询师
资料格式：WORD 资料来源：考试吧 (Exam8.com) 资料下载：
：点击这里下载内容预览：1．市场分析是在市场调查基础上，对项目的产出品的市场容量、价格、竞争力、营销策略、市场风险进行分析预测和研究。2．市场分析作用：为确定建设规模和产品方案提供依据，为建成后的市场开拓打下基础。3．项目战略：是企业战略实施的组成部分，对拟建项目的选择、建设规模、产品方案确定、市场目标确定颇具指导意义。

第1节 市场调查与预测

1．市场调查包括：市场容量、价格、市场竞争力。（1）市场容量调查包括：供应状况、需求状况。1）供应状况：2）需求现状：国际市场需求状况、国内市场需求状况、出口状况。（2）价格状况调查，包括：国内价格及变化情况、国际价格及变化情况、进出口价格及变化情况。（3）竞争力状况：分析产品在国内外市场的竞争程度，主要对手的生产、营销、市场份额、竞争力状况。2．市场调查方法：文案调查、实地调查（观察法、实验法、问卷法应用最广）。调查手法：叙述性调查、探测性调查。（1）抽样调查：随机抽样、非随机抽样。1）非随机：b便利、p配额、p判断、xq雪球。2）随机：简单随机、双重、逐次、分段、分层、群体、系统、复合。3）随机抽样优劣比较：推荐：2007年咨询工程师辅导课程,超高通过率!更多信息请访问：考试吧咨询师栏目 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com