

专业统计市场研究(SMR)方法课程 (2天)

Training of Statistical Market Research (SMR) Methodology (2 Days)

参训对象

- 从事市场研究、销售分析、市场及销售管理、商务分析及策划、生产计划、供应链管理等相关工作的人员
- 咨询机构、市场调查机构分析员或咨询顾问

参训目的

- 系统学习市场研究的统计分析方法
- 学会应用专业的定量分析进行市场研究及商务分析
- 学会解释市场或商务数据的特征、变化规律等定量分析结果，并利用其指导业务决策

注：以下内容每个大项都有案例实战

1. 统计市场研究方法简介
 - a) 市场研究概述
 - b) 客户满意与消费者行为
 - c) 什么是统计方法
 - d) 数据驱动的市场研究
2. 市场数据管理基础
 - a) 数据的分类与含义
 - b) 数据的获取与优化
 - c) 常用市场分析软件及基本操作
3. 应用统计学基础知识
 - a) 描述性统计的原理及应用
 - b) 常用统计图形在市场研究中的应用
4. 变差分析的原理与应用
 - a) 假设检验的原理及应用
 - b) 单样本均值检验
 - c) 单因素变差分析的原理
 - d) 单因素变差分析在市场研究中的应用
 - e) 多因素变差分析的原理
 - f) 多因素变差分析在市场研究中的应用
5. 回归方法的原理与应用
 - a) 回归方法的原理
 - b) 简单线性回归及应用
 - c) 多项式回归及应用
 - d) 多元线性回归及应用
6. 时间序列分析基础
 - a) 时间序列分析与商务预测
 - b) 平稳时间序列分析
 - c) 不规则性分析
 - d) 趋势性和循环性分析简介
7. 市场研究中的多元方法
 - a) 聚类分析与决策树应用
 - b) 因子分析与主成分分析方法
 - c) 卡方分析与对应分析方法
 - d) 判别分析方法及应用
 - e) 联合分析简介
8. 问题与总结
 - a) 市场研究中统计方法的注意事项
 - b) 培训总结

注：实际授课内容可能略有差异，恕不另行通知