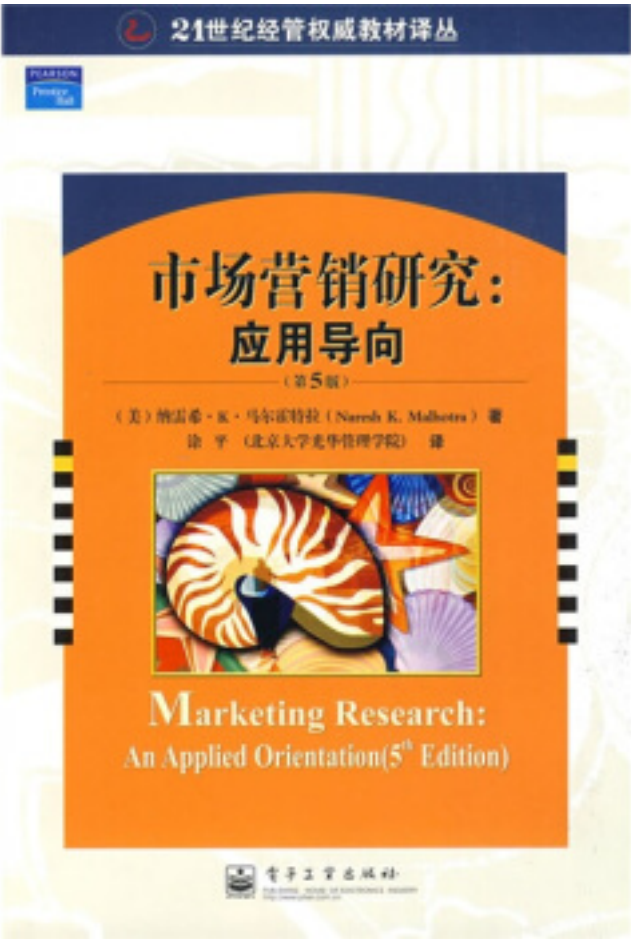


市场营销研究：应用导向（第5版）



[市场营销研究：应用导向（第5版）_下载链接1](#)

著者:[美] 纳雷希·K.马尔霍特拉 著，涂平 译

[市场营销研究：应用导向（第5版）_下载链接1](#)

标签

评论

书不错正版图书，配送速度也超快，不错的购物体验

实用！很实用，点赞

书很好 一直都在京东上买书 是正版的 已经买了好多本 还会继续购买的 谢谢

比较高端 这个价格很物超所值 我很喜欢

速度极快，包装完美，购买方便

市场营销研究实用书!比老师讲的更加系统化，层次分明，细节描述也很到位。市场营销好书

很不错的呀~~~~

老师让买的，很不错的书。

全部好评，京东就是不一样~

纸质不错，虽然有些贵了！

还不错，当教材用的

质量很好，送货很快的

.....

.....

物流速度很快，价格便宜，给一个赞！

教材用 挺好 剩下十五字

总的说来，这本书还可以，案例给的不少，但把案例结合进理论的阐述过程显得稍微生硬。毕竟是英译本，已经可以了。

速度很快，非常不错的。

老师强烈推荐的，书真的写的很好很实用

考研用的，不错，知识点很详细

我觉得还好,下次还会再来买的

复习时买的，发货很快，很不错。

商品很给力，快递速度很快！

价钱一般，送货够快，呵呵

不错 书的质量不错 快递很给力

物流很给力，书质量也不错

教科书，有些深，看懂了还行。

好书值得购买值得拥有。买吧。

内容还不错，有些颇难！

好书推荐

挺好的书

还可以

是正品

不错，虽然还没看完，营销也是需要研究，这本书可是被国内很多调研公司誉为市场调研的“圣经”啊

有点像盗版的，并且书比较脏

不错

记不得这是第几次，京东给我发破书皮了~以前都觉得算了，这次看到又是又破又脏的书我都无语了!!!

好

简单总结：

- 1.在对事物价值认识不确定的时候，一般人会认为“昂贵=优质”。在生活中总结出一些事情的固定模式形成捷径一定程度上可以节省时间精力，使人从纷繁复杂的环境中片刻解脱，但也容易使人作出错误的决定或落入他人的陷阱。
- 2.互惠原理具有压倒性的力量，利用人们负债心理的压力寻求回报。互惠原理也容易导致不公平的交换，以很小的恩惠换取大的回报，人们一般急于从负债感中解脱。以大的请求敲门遭到拒绝而提出小的请求(实际目标)的“拒绝——退让”策略也属于互惠原理的范畴，利用别人的内疚感达到自己的请求被答应的目的。因此要分辨别人给予你的好处是礼物还是一种获取更大回报的手段，如果是后者，那么可以随心所欲地拒绝了。盘剥的行为也应该用盘剥的行为来回报。
- 3.承诺和一致。理性地作出承诺，哪怕这个承诺看起来如此地微不足道。因为你的这个承诺也许会带来后续的很多承诺，人总有保持一致的心理，假如这个承诺不是被迫作出的话。想想为了保持一致而要付出的代价。假如作了一个错误的选择，要敢于直面心灵给予的诚实的反馈，拒绝承认错误的人哪怕原本导致选择的条件已不复存在，他也会产生一个支持系统，提供新的理论依据来支持这个选择。从而使人执迷不悟。这里涉及到“低球策略”，最初给你一点好处，最后把这个好处拿走，而你已经被骗到手了。
- 4.社会认同。当人们处于一个不确定的环境中时，会在周围寻找相关的社会证据从而做出自己的选择，存在一定的从众心理。这种心理可以导致盲目的跟风。面对危难时人们是否能挺身而出取决于落在这个人身上的责任感，基于责任扩散之后分配到每一个在场的人的责任感和相关的社会证据。要记住，独立思考，多数人的选择未必就是正确的，也要注意伪造的证据。
- 5.喜好。人们总是比较愿意答应自己认识和喜爱的人的要求。因此依从业者可以从这方面下手博得对象的喜欢，从而达到自己的目的。影响喜好的因素主要包括：外表的吸引力、人与人之间的相似性、赞美、接触和合作、关联。每一个因素能决定喜欢也能决定不喜欢，如合作，成功的合作会导致友好关系的建立，不成功的合作只会恶化彼此的关系；好的关联导致好的印象，不好的关联导致坏印象，甚至危及自身。因此传递好消息与坏消息要注意。（注意那些性感美丽的女骗子，那些衣着光鲜的男骗子）
- 6.权威。因为盲目服从权威而做出的违背人性疯狂的事历史上时有发生，也容易被别人利用来达到自身的目的。伪装的头衔和包括衣着在内的外部标志容易使人服从于权威，从而上当受骗。因此面对权威的命令，我们应该思考两个问题：*“这个权威是不是一个真正的专家？”这个问题给予我们的信息是这个权威的资格以及这些资格与我们手头上的问题是否有关系。*“这个权威会不会对我们说真话？”即使最有知识的权威也未必会对我们说真话，因此对权威的信任度应有所保留。（权威也是可以收买的）
- 7.短缺。面对短缺的事物，我们应该考虑我们急于得到它是为了占有还是为了其使用价值，任何事物都不会因为其短缺而使用起来有更高的质量。如此考虑就不会轻易中了商家的阴谋诡计，他的目的只是为了他的销售而已，并不是建立在你真正的需要之上。

京城四大名医施今墨的外孙 著名中西医结合专家祝谌予教授之子

观耳型知五脏巧解健康密码

本书是北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出的重磅新书，作者为京城四大名医施今墨传人祝肇刚教授。书的内容源自祝老在北京电视台《养生堂》主讲的《耳朵泄露的秘密》系列节目，以五脏为脉络、以“祝氏耳诊”为特色，详细介绍了祝老在电视节目中所讲的耳针疗法。为广大读者讲述实用的中医传统的养生知识，配以祝家几代名医行医见闻，是一本看得懂、学得会的家用养生保健手册。特点卖点：

- 1.与北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出。2010年4月在北京电视台《养生堂》栏目播出的“养病先养心”专题取得了较高的收视率，5月正在重播中！
- 2.耳型诊病。以五脏为脉络，配以祝老总结出的胃型耳、肺型耳、肾型耳、肝型耳、低血压耳型，读者可以根据图文轻松辨识自己体质的
- 3.作者权威。中国世家人祝肇刚教授是京城四大名医施今墨的传人。

京城四大名医施今墨的外孙 著名中西医结合专家祝谌予教授之子

观耳型知五脏巧解健康密码

本书是北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出的重磅新书，作者为京城四大名医施今墨传人祝肇刚教授。书的内容源自祝老在北京电视台《养生堂》主讲的《耳朵泄露的秘密》系列节目，以五脏为脉络、以“祝氏耳诊”为特色，详细介绍了祝老在电视节目中所讲的耳针疗法。为广大读者讲述实用的中医传统的养生知识，配以祝家几代名医行医见闻，是一本看得懂、学得会的家用养生保健手册。特点卖点：

- 1.与北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出。2010年4月在北京电视台《养生堂》栏目播出的“养病先养心”专题取得了较高的收视率，5月正在重播中！
- 2.耳型诊病。以五脏为脉络，配以祝老总结出的胃型耳、肺型耳、肾型耳、肝型耳、低血压耳型，读者可以根据图文轻松辨识自己体质的
- 3.作者权威。中国世家人祝肇刚教授是京城四大名医施今墨的传人。

京城四大名医施今墨的外孙 著名中西医结合专家祝谌予教授之子

观耳型知五脏巧解健康密码

本书是北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出的重磅新书，作者为京城四大名医施今墨传人祝肇刚教授。书的内容源自祝老在北京电视台《养生堂》主讲的《耳朵泄露的秘密》系列节目，以五脏为脉络、以“祝氏耳诊”为特色，详细介绍了祝老在电视节目中所讲的耳针疗法。为广大读者讲述实用的中医传统的养生知识，配以祝家几代名医行医见闻，是一本看得懂、学得会的家用养生保健手册。特点卖点：

- 1.与北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出。2010年4月在北京电视台《养生堂》栏目播出的“养病先养心”专题取得了较高的收视率，5月正在重播中！
- 2.耳型诊病。以五脏为脉络，配以祝老总结出的胃型耳、肺型耳、肾型耳、肝型耳、低血压耳型，读者可以根据图文轻松辨识自己体质的
- 3.作者权威。中国世家人祝肇刚教授是京城四大名医施今墨的传人。

京城四大名医施今墨的外孙 著名中西医结合专家祝谌予教授之子

观耳型知五脏巧解健康密码

本书是北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出的重磅新书，作者为京城四大名医施今墨传人祝肇刚教授。书的内容源自祝老在北京电视台《养生堂》主讲的《耳朵泄露的秘密》系列节目，以五脏为脉络、以“祝氏耳诊”为特色，详细介绍了祝老在电视节目中所讲的耳针疗法。为广大读者讲述实用的中医传统的养生知识，配以祝家几代名医行医见闻，是一本看得懂、学得会的家用养生保健手册。特点卖点：

- 1.与北京电视台科教频道《养生堂》栏目同步推出。2010年4月在北京电视台《养生堂》栏目播出的“养病先

A.赠送积分：在商城中部分商品设有积分项，购买赠送积分的商品后，商城系统会对客户的积分进行增加并逐次累积。

B.商品评价：使用商品评价功能，如有价值我们将给与相应的积分奖励；京东举办的活

动也可能会有积分赠送。

1.所有评价一律由系统自动赠送积分，无效评价不给分。只能对在180天内购买的商品进行评价；赠品可以评价但不赠送积分。

2.购买时间相差超过15日的不同订单中的相同商品，可以分别评价并获得积分；同一订单或相隔15日内订单中的相同商品，只有一次评价可以获得积分。

3.根据不同会员级别和产品价格，京东产品评价积分赠予列表：*从2013年4月2日21:00起，图书、音像商品评价送积分规则调整

请您提高评价质量，以下评价一律不再赠送积分：1)

拷贝自己或者他人评价内容超过80%以上，以字数为准。2)

优点、缺点内容重复超过60%以上的。3) 使用标点符号过多的。4)

评价内容没有任何参考价值、被5名以上网友举报或者违反法律、法规的。5)

无效评价数量超过5条，则一年内该id号参与的产品评价均不赠送积分，过往的无效评价可以不计！A.赠送积分：在商城中部分商品设有积分项，购买赠送积分的商品后，商城系统会对客户的积分进行增加并逐次累积。

B.商品评价：使用商品评价功能，如有价值我们将给与相应的积分奖励；京东举办的活动也可能会有积分赠送。

1.所有评价一律由系统自动赠送积分，无效评价不给分。只能对在180天内购买的商品进行评价；赠品可以评价但不赠送积分。

2.购买时间相差超过15日的不同订单中的相同商品，可以分别评价并获得积分；同一订单或相隔15日内订单中的相同商品，只有一次评价可以获得积分。

3.根据不同会员级别和产品价格，京东产品评价积分赠予列表：*从2013年4月2日21:00起，图书、音像商品评价送积分规则调整

请您提高评价质量，以下评价一律不再赠送积分：1)

拷贝自己或者他人评价内容超过80%以上，以字数为准。2)

优点、缺点内容重复超过60%以上的。3) 使用标点符号过多的。4)

评价内容没有任何参考价值、被5名以上网友举报或者违反法律、法规的。5)

无效评价数量超过5条，则一年内该id号参与的产品评价均不赠送积分，过往的无效评价可以不计！

纯教材~~~~~随便看看

好厚一本书，包装可不可以好点啊

帮同事下单，公司用书

很好的一本书，对我帮助很大，谢谢

好书，没时间看，评论拿分走人

东西很好哦!

课本不难，就是要融会贯通，这样用起来才得心应手

优点： 对MR的全局介绍详细。
实行调研6步的框架也很好，几年前被我的老师拿去讲PPT后来才知道是这本书。
缺点： 对新手而言想吃进去去难，真的有难度：
1.比如，理论基础，模型选择，因果实验里的各种因变量，自变量的理解，后面的量表，都让我看的云里雾里。 2.很多东西得先泛读，回来再看还能理解多点真挺吃力的。
3.水平有限不能看原版的书，很多直译过来的解释无法理解，其实英文的定义就确切多了。 建议：
再去图书大厦选本中国人写的，先入门，别被大厚书吓到退缩。以后再深入读这本。

靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！
很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强
烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱
的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实
用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推
荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书
！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！
靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！
很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强
烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱
的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实
用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推
荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书
！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！靠谱的书！强烈推荐！很实用！
靠谱的书！强烈推荐！很实用！

很适合市场研究专业的本科生或MBA及从业人员使用。 通俗易懂，翻译得不错。

还不错吧~还不错啊~~~

非常好！质量也很好！

内容比较详实，详解比较透彻

不错，收货很多 看起来还行

书很好，送货很快，内容有点太专业，跨专业阅读有些吃力，不过确实是好书！！

不错，内容充实，值得购买啊

市营专业导师推荐的方法指导丛书...据说很不错，比较厚，要花时间仔细研读...

上课要用的教材，不能不买啊

适合每一位对市场调研有兴趣的人阅读

很棒的一本书，详细的阐述了市场研究的每一个环节

看了很多本的市场研究，觉得这这本讲解得最详细了，很多内容都较好地涉及到

市场营销专业的同学必看的书~~~~~

书真是好书，送货也很快了，超满意

导师推荐看的，就买来一看啦~~

书概括的很全面，推荐市场营销人员购买阅读！

还没有时间读这本书，但是看着书我就很爱。应该是很不错的书哈！

给同学买的专业教材，也就这样吧，等了好久呀

虽然给老婆买，但得我先看，然后讲给老婆听，不容易啊

内容丰富，方法较多，可学习性强

给力的书，相当的喜欢

当教材来的，印刷不错，正好遇到打折，很便宜，物流也快

算是营销工程领域不错的一本书，案例偏少了点

老师推荐的 的确是本好书 值得一读

不错,很不错的产品不错,很不错的产品

这本书讲了比较多的研究方法，后面部份是数据分析的内容。适合有专业基础的人学习

书质量很好，但是11号下的订单，16号才收到。。。速度太慢了。。。

看起来不错，比其他网站便宜

处理时间 处理信息 操作人 2011-2-23 23:15:12 您提交了订单，请等待系统确认 客户
2011-2-23 23:18:20 您的订单已经付款，请等待确认 客户 2011-2-23 23:20:32
您的订单确认汇款成功 刘欢 2011-2-23 23:23:57 您的订单由于缺货暂时不能出库 系统
2011-2-24 22:39:38 您的订单已经进入上海五号库准备出库 系统 2011-2-25 8:07:18
您的订单已经打印完毕 吴艳平 2011-2-25 9:08:40 您的订单已经开始拣货 唐娟 2011-2-25
9:09:25 您的订单已通过扫描确认 杨春 2011-2-25 9:12:09 您的订单已打包完毕
京东打包员 2011-2-25 9:22:44 货物已分配到发货区，等待送往广州分拨中心 孙利亭
2011-2-25 16:46:34 上车扫描，送往广州分拨中心途中,请您耐心等待 孙利亭 2011-2-28
15:38:14 下车扫描，已到达广州仓储分拨中心 谭福鹏 2011-2-28 16:14:28
货物已分配到发货区，等待送往西乡塘站 李财雄 2011-3-1 12:10:22
上车扫描，您的货物已经从上海库房出发，送往西乡塘站途中 陈毅 2011-3-3 15:01:47
下车扫描，已到达西乡塘站 施加勇 2011-3-3 15:15:13 您的货物已分配，等待配送
施加勇 2011-3-3 16:29:21
配送员已经从站点出发，请您准备收货，姓名：梁志，手机号：13978821566 施加勇
2011-3-3 17:37:34 已完成配送,感谢您在京东商城购物，欢迎您再次光临！ 梁志

无论你想深入学习还是略作研究，这本书都是你的好助手！ MBA老师倾力推荐！

[市场营销研究：应用导向（第5版） 下载链接1](#)

书评

