市场调研与预测本科课程教学大纲

编制人：陈再福

审定人：巫月娥

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月15日

一、课程基本信息

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 市场调研与预测 |
| 英文 | Marketing Research |
| 课程代码 | 18207040300 | 课程性质 | 专业必修课 |
| 课程学分 | 3 | 课程学时 | 48 |
| 适用专业 | 市场营销 | 课程组负责人 |  |
| 课程组成员 |  |
| 先修课程 | 管理学、市场营销学、统计学 |
| 选用教材 | 景奉杰、曾伏娥. 市场营销调研（第2版）.北京：高等教育出版社，2010. |
| 参考书目 | 1. 陈殿阁.市场调查与预测. 北京：清华大学出版社,2004.2. 陈祝平.市场调研分析.上海：上海大学出版社，2004. |
| 推荐教材 | 景奉杰、曾伏娥. 市场营销调研（第2版）.北京：高等教育出版社，2010. |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握市场营销环境分析、二手数据收集、访问法、观察法、实验法、问卷设计、现场数据收集、数据分析、研究报告撰写等基本内容和方法 |
| 课程目标2 | 具备将市场调研基本原理和方法应用于实践的能力 |
| 课程目标3 | 具有市场营销创新意识和道德准则，践行社会主义核心价值观 |
| 课程目标4 | 了解市场营销学前沿理论和实践，形成市场营销学科思维 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:知识获取能力 | 1.2专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、组织行为学、会计学、财务管理学、市场营销学、创业学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握市场营销学及市场调研的理论前沿及发展动态。 |
| 课程目标2 | 毕业要求2:知识应用能力 | 2.1 专业知识应用能力。具有国际视野，系统掌握市场营销专业基础知识。具备市场调查与预测、营销策划、销售管理等组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用市场营销学理论和方法，系统分析、解决企业的营销问题。2.3 互利网技术应用。熟练运用网络技术和数字营销工具分析解决企业现代营销中的问题。 |
| 毕业要求5：科学研究能力 | 5.1掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究能力5.3掌握管理、市场营销的定性和定量的研究分析方法 |
| 课程目标3 | 毕业要求3：思想道德素质 | 3.2 拥护党的领导和社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力。 |
| 毕业要求4：创新创业能力 | 4.3 具有创新意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备创新创业等实践活动能力。 |
| 课程目标4 | 毕业要求5：科学研究能力 | 5.2了解本学科的理论前沿和发展动态，具有较强的科研创新能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第一章 市场调研概述 | 1.了解市场调查行业的现状2.掌握市场调查的含义、内容、功能与类型3.了解市场调研与预测流程4.市场调研方案计划书 | 1.市场调查的含义、功能、内容、类型2.市场调研的步骤与流程3.市场调研方案 | 1.市场调研方案计划书 |
| 2 | 第二章 二手资料收集 | 1.了解二手资料2.掌握二手资料的分类 | 1.二手资料的含义、特点2.二手资料的分类 | 1.二手资料的整理、辨析 |
| 3 | 第三章 定性研究方法 | 1.了解定性研究的概念和作用、主要方法2.了解焦点小组座谈会的操作流程3.了解个人深度访谈法的种类和应用范围4.了解投影法的原理和具体应用方法 | 1.定性研究的定义、作用2.焦点小组座谈法的操作流程3.个人深度访谈法的应用4.投影技术的种类与具体应用 | 1.焦点小组座谈与个人深度访谈的联系与区别2.投影技术的具体应用 |
| 4 | 第四章 访问法 | 1.了解访问方法及其种类2.掌握各种访问方法3.了解各种访问方法的优缺点4.了解访谈技巧和访问质量控制 | 1.各种访问方法含义、特点及其应该场合 2.对比各种访问方法的优缺点 | 1.了解访谈技巧和访问质量控制 |
| 5 | 第五章 观察法 | 1.了解观察法的概念和作用2.了解人员观察的不同应用3.了解机械观察的不同应用4.了解观察方法的优缺点 | 1.观察法的定义与分类2.人员观察与机械观察的种类与应用 | 1.神秘购物法2.内容分析法 |
| 6 | 第六章实验法 | 1.了解实验方法的本质和目的2.了解实验的环境和有效性3.了解对有效性威胁的主要因素4.了解和掌握常用的实验类型 | 1.实验法的本质和目的2.实验方法的类别3.实验方法的有效性 | 1.实验有效性的影响因素2.常用的实验方法 |
| 7 | 第七章态度测量技术 | 1.了解测量的本质2.了解测量的四种尺度3.了解常用的态度测量量表 | 1.态度与测量尺度2.态度测量量表3.态度测量量表的选择 | 1.李克特量表的设计与应用2.语意差异量表的设计与应用 |
| 8 | 第八章问卷设计方法 | 1.了解问卷的概念和类型2.了解问卷的基本结构与评价标准3.掌握问卷的设计方法与过程 | 1.调查问卷的概念与类型2.调查问卷设计过程 | 1.单选题、多选题的设计2.开放式问题的设计 |
| 9 | 第九章 抽样技术 | 1.了解抽样调查的程序2.掌握随机抽样技术的类型及其特点3.了解非随机抽样技术的类型及其特点 | 1.抽样调查的概念及程序2．随机抽样在市场调查中的作用 | 1.随机抽样技术的类型及其特点2.样本量的计算与控制 |
| 10 | 第十章 资料整理 | 1.了解数据准备工作的主要内容2.掌握数据编码时应注意的问题3.掌握数据编码常用的方法及其特点4.掌握数据解释的方法和原则 | 1.掌握数据编码时应注意的问题2.掌握数据编码常用的方法及其特点 | 1.数据解释的方法和原则 |
| 11 | 第十一章 信息分析技术 | 1.了解数据分析的基本要求2.掌握列表分析的方法3.掌握数据资料的概括技术4.掌握统计检验分析 | 1.双变量交叉列表分析方法2.数据资料的概括技术 | 1. 三变量交叉列表分析方法2.统计检验分析 |
| 12 | 第十二章 市场调查报告 | 1.掌握市场调查与预测报告格式、特点与要求 | 1.市场调查与预测报告格式与要求 | 1.市场调查与预测报告结果的评价内容及其特点 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的****课程目标** |
| 1 | 第一章市场调研概述 | 第一节 市场调研的含义、内容、功能 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、3、4 |
| 第二节 市场调研的程序与步骤 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第三节 市场调研方案计划书 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、4 |
| 2 | 第二章二手资料的收集 | 第一节 二手资料及其收集 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第二节二手资料的来源及分类 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3 | 第三章定性研究方法 | 第一节 定性研究概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 焦点小组座谈法 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第三节 个人深度访谈 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第四节 投影法 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 4 | 第四章 访问法 | 第一节 访问法概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 访问方法类型 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第三节 访问调查管理 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 5 | 第五章 观察法 | 第一节 观察法概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 人员观察 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节 机械观察 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第四节 观察方法的使用 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 6 | 第六章 实验法 | 第一节 实验方法概述 | 讲授、课堂讨论 | 2 | 课程目标1 |
| 第二节 实验设计 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1 |
| 7 | 第七章 态度测量技术 | 第一节 测量的量表 | 讲授 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第二节 测量的基本技术 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2 |
| 8 | 第八章 问卷设计方法 | 第一节 问卷技术概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 问卷基本结构 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节 问卷设计过程 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 9 | 第九章抽样技术 | 第一节样本设计概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节抽样技术 | 讲授、案例分析 | 2 | 课程目标1 |
| 第三节样本容量 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 10 | 第十章 资料整理 | 第一节资料的整理 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节资料的初步分析 | 讲授、实操 | 3 | 课程目标1、2 |
| 第三节资料的分析与解释 | 讲授、课堂讨论 | 2 | 课程目标1、2 |
| 11 | 第十一章 信息分析技术 | 第一节 信息分析技术要求 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 列表分析技术与数据概括方法 | 讲授、课堂讨论、实操 | 3 | 课程目标1、2 |
| 第三节统计检验分析 | 讲授、课堂讨论、实操 | 3 | 课程目标1、2 |
| 12 | 第十二章市场调查报告 | 第一节调研报告的写作要求 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节调研报告的基本结构 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节调研成果的口头报告 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关市场营销调研理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用市场营销调研理论知识和方法解决营销问题的能力 |
| 课程目标3 | 解决市场营销问题时具有创新性思维 |
| 课程目标4 | 有关市场营销学前沿问题及相关实践的了解情况 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 20% | 考勤记录和课堂表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 20% | 教师批改的课程作业 |
| 期末考试 | 60% | 笔试，包含选择、名词解释、判断、简答、案例分析等题型，考核基本知识的掌握和运用情况 |