

《市场研究》课程思政教学大纲

(Marketing Research)

课程代码: 1A13908

学分: 2+2

总学时数: 64

理论时数: 48

实验时数: 16

先修课程: 管理学、应用统计学、市场营销学

开课对象: 工商管理、市场营销本科

一、课程的性质、目的和任务

市场研究是经管类本科市场营销、工商管理等专业的一门专业核心课程。本课程的具体教学目标定位为: 以“两性一度”国家金课建设为标准导向, 结合学校培养具有市场调查与管理研究综合技能的应用型人才。

本课程的目标:

价值引领: 能识别和判断营销问题中的关键要素, 系统地掌握市场研究过程每一阶段的具体理论与实务操作方法。

能力培养: 能根据选题查找资料, 撰写研究设计方案, 进行调查问卷设计, 选择合适的抽样技术, 能搜集数据进行分析, 撰写市场调查报告。总能力为撰写调查报告的能力, 分解为资料搜集能力、问卷设计能力、数据分析能力、报告撰写等实践创新能力。

素质提高: 拥有家国情怀, 树立民族自信、文化自信, 具备立德树人的品格、实事求是的态度、勇于创新的精神、理论联系实际的作风、合作创新的团队观念, 拥有人文素养、工匠精神与契约精神。

《市场研究》课程在“学生中心、成果导向、持续改进”的理念指导下, 对课程内容进行整合, 突显产教融合和跨学科意识, 依据学科前沿动态与社会发展需求动态更新课程体系。将调研项目贯穿整个流程引导学生撰写文献、设计问卷、搜集数据, 最后用 SPSS 软件进行数据分析, 撰写调查报告。**课程内容设计**以职业能力培养为核心, 以市场研究流程为逻辑主线, 以真实调研项目为训练载体, 以学生小组合作作为研讨形式, 以产学结合为项目设计导向, 精炼课程内容, 按市场研究流程分为准备、实施、总结三个阶段 6 个模块共计十章内容, 适当融合“家国情怀、文化自信、民族自信、人文素养、契约精神、创新精神、工匠精神、探索精神”这些思政育人元素与实训实验元素, 设置教学情境, 构建基于调研项目的线上线下合作学习环境, 基于浙江省高等学校在线开放课程共享平台, 实行 BOPPPS 翻转课堂混合式教学模式, 拓展课程的深度与广度。通过本门课程的学习, 使学生不仅掌握市场研究的基本理论和方法, 注重培养学生的调查分析能力基础技能, 最终培养学生具备捕捉和分析市场信息、定性定量研究管理问题和科学决策的综合能力。

二、教学内容与教学要求

(一) 理论讲授部分

第一章 认识市场研究

[教学目的和要求]

知识目标: 了解市场研究的含义、功能与作用;掌握市场研究的类型;明确具体市场研究问题;熟悉调查研究思路,掌握常见的市场研究主题。

能力目标: 能找准市场机会点,根据调研背景选择并确定市场研究主题。

素质目标: 坚定民族自信,培养爱国主义精神,培养家国情怀。融入中国特色元素,帮助学生树立体现中国当代宏观与消费环境特征和文化历史传承的营销与市场调研观念;树立人文素养,培养立德树人的品格,与时俱进的风尚。融入社会主义核心价值观理念,使学生正确认识企业社会责任,建立全面道德观。

[教学内容]

- | | | |
|---------------|--------------|-------------------|
| 1.1 导入案例 | 1.2 市场研究的含义 | 1.3 市场研究的基本功能与作用 |
| 1.4 市场研究的类型 | 1.5 具体市场研究问题 | 1.6 具体市场研究问题的确定方法 |
| 1.7 常见的市场研究主题 | | |

[教学重点与难点]

重点: 市场研究的概念、市场研究的作用、市场研究的分类

难点: 根据时代特点选择确定市场研究要调研的主题

[教学中应注意的问题]

线上课前预习要求:

- 1、学习内容: 1.1—1.7
- 2、学习资源: 7个视频、8个文档、3个案例训练。
- 3、学习要点: 市场研究的类型;市场研究的主题
- 4、关键问题: 探究具体市场研究问题的确定方法;组成调研小组,选题。

线下课中: 通过讲授市场研究当前国内外发展的现状和趋势,结合市场研究主题引导学生组队选题,以引起学生对本门课程的重视和兴趣。重点讲解市场研究的类型与研究主题即内容,课堂采用启发式教学+案例讨论。

课后: 市场调研组队、准备选题,布置下周任务单;省平台讨论区研讨。

本章是课程的导论性内容,教师在向学生介绍基本概念和基础理论的同时,通过观看北京同仁堂、次坞打面等中华老字号的视频,引导学生实现民族自信,文化自信,增强民族自豪感与责任感,引起学生对探寻与调研中华老字号的兴趣,从而为调研选题奠定基础。

第二章 设计研究方案

[教学目的和要求]

知识目标: 了解市场研究设计方案的含义及其重要性;掌握市场研究一般流程;了解市场研究方案可行性研究的三种方法;掌握定量研究与定性研究的区别。

能力目标: 能在确定市场研究主题的基础上进行调研计划书的撰写。

素质目标: 激发爱国热情,培养严谨、敬业、科学的职业态度,培养学生的合作精神、奉献精神与小组责任感,提升沟通能力与研究方案设计能力。

[教学内容]

- | | | |
|------------------|-------------|-----------|
| 2.1 导入案例 | 2.2 市场研究的流程 | 2.3 探索性研究 |
| 2.4 描述性研究 | 2.5 因果性研究 | 2.6 调研计划书 |
| 2.7 文献综述与调研计划书汇报 | | |

[教学重点与难点]

重点：实训：文献综述与调研计划书撰写；知识：定量与定性的区别

难点：管理决策问题如何转化为调研问题？

[教学中应注意的问题]

课前：完成第一章单元练习，准备下周线上单元测验；完成线上2个案例，省平台讨论区回复。线上自学导引：组好团队，完成小组选题。

预习内容：2.1-2.7 学习资源：7个视频、6个资源、3个案例。

学习要点：掌握三种研究方法、小组合作完成文献综述与调研计划书的撰写，讨论区回复案例讨论，并记好笔记。

关键问题：阅读选题有关内容，掌握探索性研究所用的文案调查方法；查找资料或考察企业，撰写文献综述与调研计划书，确定调研选题。

课中：教学形式：翻转教学、案例教学、项目驱动教学。

- 1、随堂进行第一章单元测验，以便了解学生掌握情况。
- 2、分组讨论定量与定性研究的区别
- 3、分组讨论管理决策问题如何转化为调研问题？
- 4、提问市场研究的一般流程、有哪三种调研方法？如何在项目研究中选择
- 5、重点讲解调研计划书内容
- 6、文献综述撰写示范

课后：小组查找资料或考察企业，引导学生以创新创业、学科竞赛、毕业论文相关进行选题。

案例采用“日本人通过1964年《人民画报》铁人王进喜刊登照片的文案调查，竟从这张照片里获利了千万”，理解通过文案调查的探索性研究的内涵，同时传达了“铁人精神”：推进企业发展的不竭动力、“大庆精神”：爱国、创业、求实、奉献；独立自主、自力更生的艰苦创业精神；为国争光、为民族争气的爱国主义精神。铁人王进喜是崇高思想、优秀品德的高度概括，也集中体现出我国石油工人精神风貌。以此激发学生的爱国热情。

第三章 选择调查方法

[教学目的和要求]

知识目标：了解原始资料和二手资料的概念、优缺点；了解二手资料的来源和二手资料收集方法；掌握原始资料收集的焦点小组座谈、深度访谈、现场观察法；掌握访问法、实验法等定量研究方法。

能力目标：能在确定市场研究主题的基础上进行文献综述与调研计划书的撰写。

素质目标：培养积极健康的价值观、人生观、道德观，诚实守信、勇于创新的作风与品格，培养科学求索、实事求是的探索精神。

[教学内容]

3.1 导入案例 3.2 文案调查法 3.3 焦点小组座谈会 3.4 深度访谈法
3.5 调查法 3.6 观察法 3.7 实验法

[教学重点与难点]

重点：对二手资料的筛选和评估；焦点小组座谈会、深度访谈等方法的设计与实施。

难点：查阅二手资料，根据小组不同选题进行文献综述报告撰写。

[教学中应注意的问题]

课前：预习内容：3.1---3.7 学习资源：7个视频、6个资源、3个案例。已完成第2章单元测验。

学习要点：掌握二手资料收集方法

关键问题：阅读选题有关内容，掌握探索性研究所用的文案调查方法，撰写文献综述。

课中：教学形式：翻转教学、案例讨论、“项目驱动+任务驱动”

1、进行测试练习，以便了解学生掌握情况。

2、分组讨论导入案例“服装公司的营销决策”，两家服装公司各采用了哪些资料收集方法？

3、分组讨论一手资料与二手资料的区别。

4、分组讨论二手资料具体有哪些来源？

5、阐述焦点小组座谈会提纲撰写要点

6、重点讲解如何在学校网上图书馆查找所需文献资料，文献综述包括哪些内容？

课后：阅读 MOOC 平台案例，回复讨论并记笔记；收集二手资料，小组选题后撰写文献综述与调研计划书，准备下周课堂项目讨论展示汇报。

通过观看“雷军利用互联网思维营销小米手机获得成功的杨澜访谈录”这些文字、影像资料，说明深度访谈法的特征与优缺点，雷军认为互联网思维就是极致、专注、口碑、快，激发学生关注科技发展，增强自主创新意识；通过观看实验视频，培养科学求索、实事求是的探索精神。

第四章 设计调查问卷

[教学目的和要求]

知识目标：理解调查问卷的含义及类型；掌握调查问卷的结构及问卷设计的一般程序；掌握调查问卷中问题及答案的类型、设计技巧及应注意的问题。

能力目标：能根据市场研究主题，设计调查问卷。

素质目标：培养严谨、敬业、科学的职业态度，培养学生的合作精神、沟通能力，提升问卷设计能力。

[教学内容]

4.1 导入案例 4.2 调查问卷的结构 4.3 问卷设计步骤
4.4 问题的类型 4.5 问卷设计注意事项 4.6 答案设计方法

[教学重点与难点]

重点：问卷的结构、调查问卷中问题及答案的类型、提问措辞中应注意的问题

难点：如何根据小组选题设计一份优秀的问卷？

[教学中应注意的问题]

课前：预习内容：4.1-4.7 学习资源：7个视频、8个资源、5个案例。已完成第3章单元测验。

学习要点：调查问卷的结构与设计步骤、问题与答案的类型；调查问卷问题与答案设计方法、问卷设计注意事项。

关键问题：掌握调查问卷设计方法。

课中：教学形式：翻转教学、案例讨论、项目实训

1、进行测试练习，以便了解学生掌握情况。

2、分组讨论导入案例 “华实要求得到尽可能准确的评价”引出调查问卷结构组成。

该如何为华实旅行社服务满意度设计问卷？

3、提问调查问卷的类型与结构

4、重点讲解调查问卷的问题类型、问卷设计注意事项

5、分组讨论调查问卷检查要点？

6、展示优秀的调查问卷样本

7、小组根据选题进行调查问卷设计练习

课后：复习调查问卷的结构、问题与答案的类型；问卷设计注意事项作业：阅读 MOOC 平台案例，回复讨论并记笔记并完成单元测验；各小组根据选题设计调查问卷。

通过阅读与讨论旅行社服务满意度案例，表明服务大众、诚信经营、顾客满意是企业生存之根本，培养学生的责任心。

第五章 制定测量方案

[教学目的和要求]

知识目标：了解测量的概念与层次；学会将概念操作化的方法；掌握几种常用量表的设计，理解信度与效度及其关系。

能力目标：能根据市场研究主题，会设计几种常用量表，能进行信度与效度分析。

素质目标：培养严谨、敬业、诚信的职业态度，培养学生的合作精神、沟通能力，提升实践操作能力。

[教学内容]

5.1 导入案例

5.2 变量的分类

5.3 态度测量的类型

5.4 问卷与量表的差异

5.5 常用的量表技术

5.6 量表设计应注意的问题

5.7 信度与效度分析

[教学重点与难点]

重点：李克特量表的构建，态度测量的类型，问卷与量表的差异

难点：信度与效度的关系，用 SPSS 分析问卷信度与效度

[教学中应注意的问题]

课前：学习内容：5.1-5.7 学习资源：7个视频、8个资源、3个案例与数据。已完成第4章单元测验。

学习要点：掌握量表设计方法

关键问题：查阅有关问卷，根据小组选题，设计一份优秀的量表问卷。

课中：教学形式：翻转教学、实验操作、项目驱动

1、分组讨论导入案例 “如何度量消费者对调味品的态度 ” 引出态度测量量表话题，讨论如何对“美鲜”牌膏体调味品进行态度测量？

2、分组讨论常用态度量表的构建

3、分组讨论问卷与量表的差异

4、提问量表设计应注意哪些问题？

5、重点讲解信度与效度分析

6、学生带来手提电脑，利用学长调研数据，进行现场 SPSS 操作信度与效度分析

课后：复习变量的分类，态度测量的类型，常用的量表技术这些知识点；作业：阅读 MOOC 平台案例，回复讨论并记笔记完成单元测验；设计好含有量表的问卷。

通过阅读与讨论网络购物量表案例、生活方式量表案例，培养学生的人文素养与探究精神。

第六章 确定抽样技术

[教学目的和要求]

知识目标：掌握总体、样本、普查等基本概念，了解开发样本计划的程序；掌握概率抽样方法和非抽样方法，以及样本容量的确定。

能力目标：能对确定的调查项目根据调查目标与内容选择合适的抽样方法，并能进行样本量的确定。

素质目标：培养严谨、敬业、科学的职业态度，激发学生思维参与、行为参与、情感参与、认知参与的积极性，促进对项目研究的探索与求知。

[教学内容]

6.1 导入案例

6.2 抽样设计过程

6.3 非概率抽样

6.4 概率抽样

6.5 抽样误差

6.6 样本量的确定

[教学重点与难点]

重点：抽样技术，样本容量计算

难点：根据小组选题选择合适的抽样技术

[教学中应注意的问题]

课前：预习内容：6.1---6.6 学习资源：6 个视频、10 个资源、14 个小案例。已完成第 5 章单元测验。

学习要点：概率抽样方法和非概率抽样方法，以及样本容量的确定。

关键问题：各小组根据选题如何确定抽样方案？

课中：教学形式：翻转教学、案例教学、项目驱动

1、分组讨论导入案例 “‘数码新星’应该如何实施抽样调查” 引出抽样设计的问题，讨论样本应该如何产生、样本应当有多大、抽样调查实施的步骤和过程有哪些等。

2、分组讨论概率抽样与非概率抽样的区别

3、分组讨论分层抽样与配额抽样的区别？

4、提问判断八种抽样小案例各是运用了哪些抽样方法？

5、重点讲解分层抽样与整群抽样方法

6、训练样本容量计算方法。

课后复习：随机原则，概率抽样方法和非概率抽样，分层抽样、整群抽样、配额抽样，样本容量这些知识点。

作业：阅读 MOOC 平台案例，回复讨论并记笔记做练习题；确定小组调研项目的抽样方案以准备课堂讨论。

通过阅读并讨论“乡村振兴大学生村官抽样调查案例”，说明国家政策乡村振兴、科学管理、乡村治理、农村创业的科学性。

第七章 组织市场调查

[教学目的和要求]

知识目标：了解调查访问人员的来源和基本素质；熟悉调查访问人员的培训方式及内容；掌握问卷收集与数据筛选技术。

能力目标：能够根据调研项目的具体要求，挑选、培训并管理调查访问人员；合理收集、筛选与复核问卷，并能有效减少调查误差。

素质目标：培养严谨敬业、实事求是的职业态度，遵循诚实守信的契约精神，培养沟通合作、同理心与责任心。

[教学内容]

7.1 导入案例

7.2 调查人员的挑选

7.3 调查人员的培训

7.4 管理、监督与评估调查员

[教学重点与难点]

重点：调查人员的挑选

难点：管理、监督与评估调查员，外出调查收集问卷数据

[教学中应注意的问题]

课前：预习内容：7.1---7.4 学习资源：4 个视频、3 个资源、2 个案例。已完成第 6 章单元测验。

学习要点：调查人员的挑选、培训与评估

关键问题：调查人员的培训与评估，学生复印若干问卷并外出搜集数据

课中：教学形式：翻转教学、案例教学、项目驱动

以“3 个业务员考察国际市场”案例开场引发学生思考：三个业务员在对同一个市场展开调查时，为什么得出的结论会大不相同？一个市场调查人员应该具备什么素质和能力？

强调市场调查活动过程必须精心组织、高效实施，才能取得好的效果。组织市场调查就是项目实施的过程，主要任务是组织调查员深入实际，按照研究计划的要求和安排，系统搜集调查资料，并在这个过程中对人员、质量、进度等进行全面有效的管理。

课后：复印问卷，外出调研，收集问卷数据；或在线利用问卷星收集数据。

通过观看由马伊莉主演的“我的前半身”电视连续剧关于市场调查作弊的2个片断，引出市场调查人员应该具有的职业态度，培养学生严谨敬业、实事求是的职业态度，遵循诚实守信的契约精神。

第八章 整理汇总数据

[教学目的和要求]

知识目标：了解 SPSS 软件的录入编码合并技巧；掌握调查数据的简单频数分析、多选题的编码、录入及分析；了解饼图、柱状图、线图的含义；

能力目标：能根据收集的问卷数据，能用 SPSS 软件进行编码录入、筛选、合并汇总，并进行简单的描述统计分析。

素质目标：培养严谨、敬业、科学的职业态度，培养学生的团队合作精神和沟通能力与实践能力。

[教学内容]

8.1 导入案例

8.2 问卷审核

8.3 编码与合并

8.4 数据处理

8.5 选择数据分析方法

[教学重点与难点]

重点：问卷审核、编码，用 SPSS 软件进行变量合并与数据合并；

难点：对于不同的变量与数据用什么数据分析方法？

[教学中应注意的问题]

课前：预习内容：8.1---8.5

学习资源：5 个视频、6 个资源、5 个案例数据。

学习要点：了解数据编码技巧；了解数据合并与变量合并。

关键问题：能用 SPSS 软件对问卷数据进行编码录入、筛选、合并汇总，并对数据作一定的处理；掌握数据分析方法原理与技巧。

课中：教学形式：翻转教学、实验操作、项目驱动

1 分组讨论导入案例 “月收入的差异”引出什么样的调查问卷是不能接收的？

分组讨论问卷数据出现异常值该如何处理呢？

2 分组讨论如何进行问卷审核？通常不能接受的问卷类型有哪些？

3 讲解完整的 SPSS 数据结构，如何进行数据编码录入合并，饼图、条形图、线图作图

4 利用 4 个案例数据库，用 SPSS 软件进行现场操作，包括变量合并与数据合并，对于小组已搜集的问卷，各人将数据录入电脑，分工合作，并进行变量合并与数据合并实验。

课后：继续搜集问卷数据，以问卷中的问题与数量按 1:5 比例搜集数据，并试着进行简单的描述统计分析。

对于已完成数据搜集的小组给予表扬与鼓励，学生小组分工合作方法有利于培养学生的团队合作精神和增强集体主义的使命感、荣誉感、责任感。

第九章 分析数据资料

[教学目的和要求]

知识目标：掌握调查数据的简单频数分析；掌握调查数据的列联表分析、卡方检验、假

设检验的含义；掌握方差分析、相关分析、因子分析、回归分析的含义。

能力目标：能根据小组收集的数据，能用 SPSS 软件进行描述统计分析、假设检验，方差分析、相关分析、因子分析、回归分析。

素质目标：培养严谨、敬业、科学的职业态度，培养学生的合作精神、沟通能力与数据分析能力。

[教学内容]

9.1 导入案例 9.2 描述统计分析 9.3 多选题分析、均值分析

9.4 列联表分析及卡方检验

9.5 SPSS 统计与分析实验：假设检验、单样本 T 检验、独立样本 T 检验

9.5 SPSS 统计与分析实验：方差分析、相关分析

9.5 SPSS 统计与分析实验：因子分析、回归分析

[教学重点与难点]

重点：简单频数分析、列联表分析、卡方检验、方差分析、相关分析，回归分析；

难点：假设检验，因子分析

[教学中应注意的问题]

课前：预习内容：9.1---9.4 学习资源：4 个视频、10 个资源、5 个案例与数据。

学习要点：描述统计分析、单样本 T 检验、独立样本 T 检验、方差分析、相关分析

关键问题：交叉列表分析及卡方检验；假设检验；方差分析；因子分析

课中：用 SPSS 软件进行实验操作，包括描述统计分析、多选题分析、均值分析、列联表分析及卡方检验、单样本 T 检验、独立样本 T 检验、方差分析、相关分析、因子分析、回归分析。

1、分组观看方差分析、相关分析操作视频

2、分组讨论为何要进行方差分析、相关分析？

3、实验操作：方差分析、相关分析

4、重点推介含 SPSS 视频的教程，讲解方差分析原理及操作步骤

5、实验操作：小组用自己收集的数据进行方差分析、相关分析

课后：小组分工合作，对搜集的数据进行一系列分析，包括数据图表的制作、描述统计分析、方差分析、相关分析，因子分析（包括信度分析、效度分析）、回归分析。

对于已进行初步数据分析的小组给予表扬与鼓励，学生小组分工合作方法有利于培养学生的团队合作精神，培养数据分析的能力，养成严谨科学的思维习惯。

第十章 撰写调查报告

[教学目的和要求]

知识目标：了解市场研究报告的特点、作用与类型；掌握市场研究的类型与结构；了解口头调查报告的准备工作与辅助工具。

能力目标：根据市场研究目标与内容，通过收集数据，分析资料，撰写调查报告，培养学生的数据分析能力与调查报告撰写能力。

素质目标：培养严谨、敬业、科学的职业态度，培养学生的合作精神、养成严谨科学的

思维习惯。

[教学内容]

- 10.1 导入案例
- 10.2 调查报告的类型与结构
- 10.3 宁波大学生九峰山旅游消费行为调研报告
- 10.4 余姚茭白区域品牌竞争力调查报告
- 10.5 青年群体对北京老字号品牌认知度研究

[教学重点与难点]

重点：调查报告的内容与格式，如何撰写一份高质量的研究报告？

难点：如何用多元统计分析，如用方差分析、信度效度分析、因子分析、回归分析等深度分析方法对数据进行分析研究？

[教学中应注意的问题]

通过讲解“余姚茭白区域品牌竞争力研究”、“青年群体对北京老字号品牌认知度研究”案例，让学生熟悉调查报告的内容与格式；应强化应用训练。可通过课堂口头报告、课后作业等方式，训练学生的口头表达能力和报告撰写能力。

本章内容涉及大量的数理统计知识，教师在讲解过程中要注意深入浅出，重点强调原理及各项参数的应用，并通过适当的练习题加强对教学内容的应用训练。介绍 Excel 或 SPSS 软件的运用，在课时允许的条件下，可以增加 Excel 或 SPSS 软件应用的实验；注意引导学生将数理统计的结果与企业管理和市场营销理论结合起来进行分析。

通过对“余姚茭白区域品牌、北京老字号品牌认知度、中国电子商务发展调查报告”这些案例报告的讲解，让学生对中国的区域品牌、民族品牌、产业发展有所了解，同时引导创新意识，关注行业发展、文化传承，适应时代潮流，争做一个社会有用之材。

（二）实验、实习部分

实验一：文献综述与调研计划书汇报

1. 实验类别：专业基础
2. 实验目的：进行文献综述与调研计划书汇报展示讨论，掌握定性研究方法。
3. 实验主要内容：小组阅读查找选题有关的若干文献，撰写文献综述与调研计划书。
4. 实验类型：展示汇报讨论
5. 实验要求：必修
6. 主要仪器：电脑

实验二：问卷设计

1. 实验类别：专业基础
2. 实验目的：掌握问卷设计技术，学会评估一份问卷。
3. 实验主要内容：进行问卷试调查，发现问卷缺陷进行修订
4. 实验类型：在线问卷演示讨论

5. 实验要求：必修
6. 主要仪器：电脑

实验三：抽样设计

1. 实验类别：专业基础
2. 实验目的：掌握抽样技术。
3. 实验主要内容：设计并演示项目的抽样方案
4. 实验类型：演示汇报讨论
5. 实验要求：必修
6. 主要仪器：电脑

实验四：数据处理分析

1. 实验类别：专业基础
2. 实验目的：数据录入与整理，数据分析。
3. 实验主要内容：问卷整理，数据录入，数据分析，图表制作
4. 实验类型：操作
5. 实验要求：必修
6. 主要仪器：电脑，SPSS 软件

实验五：研究报告的汇报

1. 实验类别：专业基础
2. 实验目的：掌握研究结果的口头沟通与书面沟通方式。
3. 实验主要内容：研究结果的口头汇报和书面报告的撰写。
4. 实验类型：操作，演示
5. 实验要求：必修
6. 主要仪器：电脑，PPT 软件，SPSS 软件，WORD 软件

三、学时分配

周次	章节/讨论	教学/讨论内容	教学组织形式	线上	线下
1	第一章	认识市场研究	启发式教学+案例讨论	2	2
2	第二章	设计研究方案	翻转课堂+现场答疑+分组讨论选题	2	2
3	文献综述与调研计划书讨论课	学生分组选择调研项目，查阅二手资料，研究国内外相关文献，进行调研主题的文献阅读汇报，最后编写调研项目计划书。	翻转课堂+情景教学+演示汇报讨论	2	2
4	第三章	选择调查方法：文案调查法、焦点小组座谈会法、深度访谈法	翻转课堂+情景教学+案例分析	2	2

5	第三章	选择调查方法： 调查法、观察法、实验法	翻转课堂+情景教学+案例分析	2	2
6	第四章	设计调查问卷	翻转课堂+情景教学+小组讨论	2	2
7	第五章	制定测量方案	翻转课堂+案例分析+情景教学+软件操作	2	2
8	问卷设计讨论课	问卷设计实践，各组针对自己的调研项目，设计调查问卷。要求将调研目的、概念具体化，设计调查参数和问题项。	小组演示、汇报讨论	1	2
9	第六章	确定抽样技术	翻转课堂+情景教学+案例分析	2	3
10	抽样设计讨论课	各组结合调研选题，讨论各种量表的运用，确定最终的问卷；讨论如何定义总体、确定抽样框以及抽样方法的采用和实施。	汇报讨论	1	2
11	第七章	组织市场调查	情景教学+案例分析	1	2
12	第八章	整理汇总数据	翻转课堂+情景教学+软件操作	1	2
13	第九章	分析数据资料	翻转课堂+情景教学+软件操作	2	6
14	数据处理分析讨论课	各组结合调研选题，讨论如何对收集到的数据进行整理、分析和深度研究。	小组演示汇报讨论	1	2
15	第十章	撰写调查报告	情景教学+案例报告	2	2
16	调研报告汇报	小组口头汇报市场调研结果，教师对各组情况进行综合评价，课后各组提交市场研究报告文稿。	小组演示汇报讨论	2	2
合计	64			27	37

四、大纲说明

本思政课程改革以市场研究省线上一流课程为依托，实行 BOPPPS 翻转课堂混合式教学模式，将思政元素融入课程教学改革之中，实现润物细无声的效果。在贯彻知识能力素质培养的基础上，充分体现“项目导向+任务驱动+自主学习”和“做中学”、“学中做”的教学理念。在此基础上，运用微课视频、单元测验、在线测试、案例讨论、图表数据、实训实验等形式，充分利用移动媒体资源，依托浙江省高等学校在线开放课程共享平台，增加学习兴趣，构建小组合作学习情景，便于师生互动、生生互动，助力建设线上线下混合式“金课”。

（一）课程考核方式与要求

本课程成绩由平时与期末考试构成，各占 50%。平时由线上（占 50%）与线下（占 50%）

构成。省平台线上考核有：视频观看 10%、作业 30%、测验 20%、考试 20%、讨论发帖与笔记 20%。线下考核有：学生课程思政报告（50%）、市场调查报告(40%)、考勤(10%)组成。

期末考试一般采用闭卷形式,重点考核学生对市场研究的基础理论和基本方法的掌握情况,同时强调学生运用市场研究方法分析实际管理问题的能力。期末考试题目要全面符合大纲要求,同时要做到体现重点,难度适中,题量适度,对未作具体教学要求的内容不作考试要求。

（二）推荐使用教材

《市场调研与分析》（第 2 版），ISBN9787300290140，陈凯，中国人民大学出版社，2021 年。

（三）主要参考书

1. 巴里·J. 巴宾、威廉·G. 齐克芒德著的《营销调研精要》（第 6 版），清华大学出版社，2016 年。

2. 纳雷希·马尔霍特拉著，张靖译的《营销调研精要》，中国人民大学出版社，2016 年。

3. (美)小卡尔·迈克丹尼尔(Carl McDaniel,Jr.) . (美)罗杰·盖兹(Roger Gates)著，李桂华等译,《当代市场调研》,机械工业出版社,2012 年 1 月第 8 版

4. 简明，《市场研究定量分析》第 2 版，中国人民大学出版社，2015 年。

5. 武松、潘发明等编著，《SPSS 统计分析大全》，清华大学出版社，2014 年。

6. 时立文编著，《SPSS 19.0 统计分析 从入门到精通》，清华大学出版社，2016 年。

7. 王庆丰主编，《市场研究》，中国纺织出版社，2020 年。