



成都东软学院
Chengdu Neusoft University

“课程思政”示范课程申报支撑材料

市场调研实训

教学大纲

日期：二〇二〇年十月



《市场调研实训》项目教学大纲

一、项目基本信息

1. 项目代码：0922003
2. 项目名称：市场调研实训项目
3. 项目英文名称：Practical Training on Market Research
4. 授课对象：2019 级市场营销专业（本科）
5. 开课单位：商务管理系
6. 先修实践课程：无
7. 项目来源：正大杯全国大学生市场调研大赛
8. 学时安排

总学时	实践教学	周学时	学分
80	80	20	4

9. 项目涉及的主要课程：

序号	课程代码	课程名称	学时	学分	学期	开课单位
1	0220990130	管理学原理	48	3	1	商务管理系
2	0320911340	市场营销学	64	4	2	商务管理系
3	0220910430	统计学	48	3	2	商务管理系

二、项目教学目标

1. 教学目标的总体概括

本项目主要讲授：市场调查概述、市场调查方案、市场调查方法、抽样调查技术、调查问卷、组织实施市场调查、市场调查数据的整理与分析、预测市场发展趋势、市场调查报告的撰写。

《市场调研实训》是市场营销专业需要重点掌握的营销职业技能项目之一，是对学生所学理论知识的一次综合应用。本项目主要内容是学生成立市场调研团队，以团队的形式选择调研的对象及范围，撰写市场调查方案，拟定市场调查问卷，进行市场调研，撰写市场调查报告。通过本项目的练习，使学生掌握市场调研的基本方法、提高调研与分析的实操能力。课程教学目标如下：

知识传授目标：通过学习，让学生掌握市场调查、消费者行为学的基本理论，通过所学的知识对市场调研所获得的数据进行分析与评价。

能力培养目标：通过本课程学习，学生能够运用所学知识设计调查问卷并进行调研，设



计市场调查方案并付诸实施；能够运用图表技能设计调查问卷，对市场调研所获得的数据进行统计与分析；能对调研结果进行分析，找出问题的解决办法并提出建议；

价值塑造目标：市场调研实训以习主席新时代中国特色社会主义思想核心价值观为指引，将价值引领与知识传授相结合，用于培养在校大学生的政治信仰、社会责任、理想信念及价值取向，旨在规范学生的职业行为，培养学生的职业道德、责任与担当意识及团队合作意识。

2. 教学目标列表

目标内容	能力指标	具体描述	掌握程度
理论知识	1.2.1 专业基础知识	掌握市场调查、管理学原理、市场营销学、消费者行为学的基本理论，通过所学的知识对市场调研所获得的数据进行分析与评价，树立责任意识。	分析/评价
专业技能	3.1.5 解决方法和建议	运用所学市场调研知识对调研结果进行分析，找出问题的解决办法并提出建议	分析/运用
	3.4.3 解释有效地执行任务	充分发扬工匠精神，在团队中解释市场调研项目如何有效地执行各阶段任务并合理安排时间	运用
	4.1.5 图表交流	运用图表技能设计调查问卷，对市场调研所获得的数据进行统计与分析，注重诚信与严谨，确保数据准确性	分析/运用
	4.1.6 口头表达和人际交流	在调研过程中能够进行有效的交流，调研结束后能够使用适当的语言及非语言交流方式进行市场调研结果的汇报	运用
	4.3.3 团队成长和演变	理解和掌握保障团队运行和成长的技巧	理解
	8.4.3 信息管理	理解如何通过市场调研将获得的信息流转化成数据流	理解
	8.8.1 设计实施过程	运用所学知识严谨认真地设计调查问卷并进行调研，设计市场调查方案并付诸实施	运用
个人素质	6.3.2 职业行为	规范自己的职业行为，在市场调研的过程中严格遵守职业规范、配合其他成员完成协作	运用



	7.2.3 个人与团队共同成长	个人积极配合完成团队所分配的各项市场调研任务，实现个人与团队的共同成长	运用
--	-----------------	-------------------------------------	----

3. 教学目标与项目内容映射图

见《市场调研实训项目培养目标与项目内容对应 Mapping 图》。



三、项目实施进度安排

课次	项目单元名称	教学周	项目内容	知识点与技能点	能力指标	思政元素	项目成果	学时	实施方法	考核方式
1	项目概况	1	1.市场调研实训项目介绍 2.学生团队组建信息收集 3.团队合作训练、团队沟通训练、团队潜能训练	1.了解市场调研实训项目的主要内容、教学安排及考核要求等 2.团队组建	4.1.6 4.3.3 7.2.3	1.公平平等 2.团队意识 3.团结友爱	组建团队、团队凝聚力增强	4	团队组建与团建活动	考核团队表现
2	撰写市场调查方案	1	1.讲解市场调查基础知识 2.确定调查目的 3.确定调查内容	1.了解市场调查的类型、基本原则；熟悉市场调查的基本流程 2.掌握如何确定调查目标 3.掌握市场调查的主要内容	1.2.1 3.4.3 7.2.3	1.责任意识 2.团队合作意识	市场调查目的、调查方法文字稿（小组）	4	讲授练习	项目考核
3	撰写市场调查方案	1	1.确定调查对象 2.确定调查范围 3.确定调查的方法	1.理解调查对象、调查单位的定义及内涵 2.确定具体的调查范围 3.掌握常见的调查方法（数据收集方法）	1.2.1 3.4.3 7.2.3	1.责任意识 2.团队合作意识	市场调查对象、调查范围、调查方式文字稿（小组）	4	讲授练习	项目考核
4	撰写市场调查方案	1	1.讲解市场调查方案的主要内容 2.撰写市场调查方案	1.熟悉市场调查方案包含的主要内容 2.掌握市场调查方案的撰写技巧	1.2.1 3.4.3 4.1.6 7.2.3 8.8.1	1.责任意识 2.团队合作意识	市场调查方案（小组）	4	讲授任务驱动	项目考核
5	拟订调查问卷	1	1.讲解量表测量技术 2.讲解市场调查问卷的基本结构与内容 3.调查问卷常见错误纠错	1.掌握拟定市场调查问卷的基本技巧 2.能够识别并纠正调查问卷中的错误	1.2.1 4.1.6 8.4.3 8.8.1	工匠精神	完成问卷纠错任务（个人） 完成本周知识点课堂练习（个人）	4	讲授任务驱动	项目考核



6	拟订调查问卷	2	根据市场调查方案拟定调查问卷	掌握拟定市场调查问卷的基本技巧	4.1.5 4.1.6 6.3.2 8.4.3 8.8.1	工匠精神	市场调查问卷初稿(小组)	4	任务驱动	项目考核
7	拟定调查问卷	2	1.各小组展示自己的调查问卷,其他小组提出修订意见 2.完善修订市场调查文件	1.掌握拟定市场调查问卷的基本技巧 2.能够识别并纠正调查问卷中的错误	4.1.5 4.1.6 6.3.2 8.4.3 8.8.1	工匠精神	市场调查问卷定稿(小组)	4	任务驱动	项目考核
8	市场调查抽样	2	1.讲解市场调查抽样方法 2.确定市场调查抽样方法	掌握市场调查抽样的基本方法	1.2.1 4.1.6 6.3.2	工匠精神	完成布置的抽样任务(个人)	4	讲授任务驱动	项目考核
9	市场调查抽样	2	1.讲解样本量的确定 2.讲解抽样估计	掌握市场调查抽样的基本方法,掌握样本量的确定与抽样估计方法	1.2.1 4.1.6 6.3.2	工匠精神	确定调查的抽样(小组)	4	讲授任务驱动	项目考核
10	市场调查的组织与实施	2	1.讲解调查的公关工作、调查前的准备、数据收集过程、调查过程中的质量控制 2.讲解调查问卷的发放方式 3.发放调查问卷	1.掌握市场调查的组织与实施流程 2.熟悉常见的调查问卷发放方式及渠道 3.将拟定好的调查问卷发放给调查对象	1.2.1 3.4.3 4.3.3 8.8.1	诚信敬业	将问卷发放给正确的调查对象(小组分配个人任务) 完成本周知识点课堂练习(个人)	4	讲授任务驱动	项目考核
11	调查数据分析	3	1.讲解调查数据处理与分析设计 2.讲解常用的统计量、统计表、统计图表	1.掌握调查资料的接收、校订、编码、录入、数据净化、统计预处理等调查数据的简单处理方法和程序 2.掌握统计分析过程中常用的统计量和统	1.2.1 3.1.5 4.1.5 7.2.3 8.4.3	1.诚信 2.法治 3.责任意识 4.团队合作意识	回收调查问卷,汇总原始数据(每个小组不得低于100份有效问卷)	4	讲授任务驱动	项目考核



				计表，明确各类统计图表的含义和应用范围						
12	调查数据分析	3	1.讲解单变量数据分析 2.讲解双变量关联分析	1.掌握不同尺度数据的集中度、差异性测量方法；掌握参数估计的两种形式；掌握显著性检验的步骤 2.了解列联表的编制；掌握列联表中 χ^2 检验的作用和方法；掌握两个变量线性相关关系的测度；掌握一元线性回归分析的步骤	1.2.1 3.1.5 4.1.5 7.2.3 8.4.3	1.诚信 2.法治 3.责任意识 4.团队合作意识	对调查数据进行分析（小组，结合讲解的知识选择适用的数据统计分析方法，体现在市场调查报告中）	4	讲授任务驱动	项目考核
13	调查数据分析	3	讲解多变量数据分析（1）	1.了解多变量方差分析的适用条件，掌握其分析方法 2.掌握线性回归分析的适用条件、应用过程与结果解释 3.理解分类模型的适用条件 4.掌握 logistic 模型的原理与应用	1.2.1 3.1.5 4.1.5 7.2.3 8.4.3	1.诚信 2.法治 3.责任意识 4.团队合作意识	对调查数据进行分析（小组，结合讲解的知识选择适用的数据统计分析方法，体现在市场调查报告中）	4	讲授任务驱动	项目考核



14	调查数据分析	3	讲解多变量数据分析(2)	1.掌握因子分析的步骤 2.掌握聚类分析的操作方法 3.掌握对应分析的实现过程 4.了解多位标度分析理论 5.掌握可联合分析的方法 6.了解多变量评价指标体系构建方法	1.2.1 3.1.5 4.1.5 7.2.3 8.4.3	1.诚信 2.法治 3.责任意识 4.团队合作意识	对调查数据进行分析(小组,结合讲解的知识选择适用的数据统计分析方法,体现在市场调查报告)	4	讲授任务驱动	项目考核
15	撰写市场调查报告	3	1.讲解市场调查报告的基本及结构及内容 2.撰写市场调查报告	1.熟悉市场调查报告的基本结构 2.掌握市场调查报告的撰写技巧	1.2.1 3.1.5 4.1.5 4.1.6 4.3.3 6.3.2 7.2.3	1.诚信 2.法治	市场调查报告初稿(小组) 完成本周知识点课堂练习(个人)	4	讲授任务驱动	项目考核
16	撰写市场调查报告	4	继续撰写市场调查报告	掌握市场调查报告的撰写技巧	3.1.5 4.1.5 4.1.6 4.3.3 6.3.2 7.2.3	1.诚信 2.法治	市场调查报告初稿(小组)	4	任务驱动	项目考核
17	撰写市场调查报告	4	市场调查报告的完善与修订	掌握市场调查报告的撰写技巧	3.1.5 4.1.5 4.1.6 4.3.3 6.3.2 7.2.3	1.诚信 2.法治	市场调查报告修订完善(小组)	4	任务驱动	项目考核



18	撰写调查报告	4	市场调查报告的完善与修订	掌握市场调查报告的撰写技巧	3.1.5 4.1.5 4.1.6 4.3.3 6.3.2 7.2.3	1.诚信 2.法治	市场调查报告修订完善（小组）	4	任务驱动	项目考核
19	撰写调查报告	4	1.撰写市场调查报告 2.准备项目答辩	1.掌握市场调查报告的撰写技巧 2.掌握 PPT 制作技能及答辩技能	3.1.5 4.1.5 4.1.6 4.3.3 6.3.2 7.2.3	1.诚信 2.法治	市场调查报告定稿（小组） 完成本周知识点课堂练习（个人）	4	任务驱动	项目考核
20	项目总结分析	4	1.学生汇报答辩及总结分析 2.教师总结分析	掌握 PPT 图表制作技能及答辩技能	3.4.3 4.1.5 4.1.6 4.3.3 7.2.3	对小学期所有涉及到的思政元素梳理总结，对学生做的好的点给予肯定	项目答辩 PPT（小组）	4	任务驱动	项目考核

四、教学方法

为达到教学效果，本项目教学过程中采用了以下教学方法：

1. 基于 TOPCARES-CDIO 工程教育理念，以“项目为导向”组织教学，将市场调查相关理论知识融入市场调研项目的实践中，并通过课赛融合将小学期实训与市场调研大赛结合起来，为学生参加学科竞赛奠定基础。

2. 课堂讲授以“精讲多练”、以能力为本位和以实用为目标的综合性原则，采用任务驱动的教学模式，通过贯穿式的项目来引导学生去分析和解决实际问题。

3. 教学过程中，以学生为主体，鼓励学生自主学习、团队协作等，加强职业能力的训练，运用演示教学、任务引领、问题导向、分组讨论等多种互动式教学方法，完成课程教学任务。

五、教学资源

1. 参考教材

《市场调查理论与方法》，徐映梅，北京：高等教育出版社，9787040502503，2018年9月。



《市场调查方法与技术（第4版）》，简明，金勇进，蒋妍，王维敏，北京：中国人民大学出版社，9787300260808，2018年8月。

《市场调查与预测》，刘常宝，北京：机械工业出版社，9787111577263，2017年9月。

2. 参考资料

成都东软学院网络教学平台（超星慕课）上提供相应的课件、文档资料：<http://neusoft.fanya.chaoxing.com/>

中国商业统计学会：www.china-cssc.org

问卷星平台：<https://www.wjx.cn>

中国市场调查网：www.cnscdc.com

六、考核方案

1. 项目考核内容及总体安排

类别	考核项目	考核内容及主要标准	考核时间安排	所占权重
形成性考核	考勤	课堂出勤率，满分100分，迟到一次扣5分，旷课一次扣10分，迟到15分钟以上按旷课计。累计旷课超过1/3取消考试资格	第1-4周	10%
	课堂表现	活动参与及回答问题，参与团建活动及回答问题，1次10分，满分100分，超过100分按100分计算	第1-4周	10%
	作业	4次，市场调研大赛网考题，每次占比25%	第1-4周	10%
	子项目	市场调查方案，具体评分标准见项目考核方案项目评价标准	第1周	10%
	子项目	市场调查问卷，具体评分标准见项目考核方案项目评价标准	第2周	10%
终结性考核	项目考核	市场调查报告（字数不低于10000字） 答辩PPT 小学期项目报告 具体评分标准见项目考核方案项目评价标准	第4周	50%
总分				100%

2. 终结性考核安排

考核内容	简要描述	分值比例
------	------	------



项目成果	市场调查报告（小组）	50%
项目答辩	市场调研项目汇报与答辩	20%
项目报告	小学期项目报告（个人）	30%
其它	——	0%
总分		100%

七、大纲管理

大纲（模版）版本号：V3.2

大纲制定人签字：赵鑫、章仪、霍然、晏颖 制定日期：20 年 月 日

团队审核人签字：胡秋菊 审核日期：20 年 月 日

系部负责人签字：宋艳 审核日期：20 年 月 日