

《07153 市场调查实务》实践考核大纲

一、课程性质与目标

（一）课程性质和特点

本课程旨在培养学生系统掌握市场调查与预测的基本理论、方法与实务操作能力。课程通过项目化、任务驱动的教学方式，使学生能够独立开展市场调查项目设计、数据采集、处理分析、报告撰写与结果预测，提升其在市场营销、商业分析等领域的综合应用能力。

（二）课程目标

本课程设置的目的在于培养学生具备市场调查设计与执行能力，能够根据商业问题设计合理的调查方案，熟练运用抽样、问卷、访谈等方法收集数据。同时，学生还应该掌握数据处理与分析能力，能运用统计工具和大数据技术进行初步分析，并撰写结构清晰、结论明确的调查报告。此外，学生还应掌握市场预测的基本方法，能结合数据做出合理的趋势判断。通过本课程学习，学生将具备从事市场调研、商业分析等相关工作的实践能力。

（三）课程的重点

本课程的重点内容包括：调查方法的设计与实施，如抽样技术、问卷设计、态度测量等；调查数据的整理、分析与解读；大数据处理的基本流程与工具使用；市场调查报告的撰写与汇报技巧；市场预测方法的应用，如时间序列分析、因果推断等。

二、考核内容和考核目标

项目一 认识市场调查与预测

一、学习目的与要求

了解市场调查与预测的基本概念、功能与流程，熟悉调查人员与机构的职责，掌握调查方案设计的结构与要点。

二、课程内容

- （1）市场调查与预测的基本概念；
- （2）市场调查人员及机构；
- （3）市场调查与预测方案设计。

三、考核知识点及要求

识记：市场调查与预测的定义、分类与基本步骤。

领会：调查方案各组成部分的作用与设计逻辑。

应用：能根据给定场景起草一份简要调查方案。

项目二 掌握市场调查的基本方法

一、学习目的与要求

掌握抽样调查、问卷调查、态度测量和实地调查等常用调查方法的原理与操作要领，能根据实际情况选择合适方法。

二、课程内容

- (1) 抽样调查；
- (2) 问卷调查；
- (3) 态度测量；
- (4) 实地调查。

三、考核知识点及要求

识记：各类调查方法的基本概念与适用情形。

领会：问卷结构的设计原则、态度测量的常用量表。

应用：能设计一份结构完整的问卷，并说明抽样方式。

项目三 处理与分析调查数据

一、学习目的与要求

理解数据处理的必要性，掌握数据整理、清洗、统计分析与初步解读的方法。

二、课程内容

- (1) 调查数据处理的必要性；
- (2) 市场调查资料整理；
- (3) 市场调查资料分析。

三、考核知识点及要求

识记：数据处理的流程与常用统计指标。

领会：数据整理与分析的逻辑框架。

应用：能对给定数据集进行初步整理与分析，并得出合理结论。

项目四 处理与分析大数据

一、学习目的与要求

了解大数据概念、特征与处理流程，熟悉常用大数据处理工具与方法，具备初步的大数据思维。

二、课程内容

- (1) 认识大数据；
- (2) 大数据处理基本流程；
- (3) 大数据处理方法与工具；
- (4) 大数据分析方法。

三、考核知识点及要求

识记：大数据的定义、特点与常见来源。

领会：大数据处理的基本步骤与工具选择依据。

应用：能描述大数据在某一商业场景中的应用流程。

项目五 撰写与评价调查报告

一、学习目的与要求

掌握调查报告的结构与撰写规范，能独立完成调查报告的撰写，并进行有效的口头汇报。

二、课程内容

- (1) 调查报告的特点与格式；
- (2) 撰写调查报告；
- (3) 市场调查口头报告；
- (4) 阅读与评价调查报告。

三、考核知识点及要求

识记：调查报告的基本结构与内容要求。

领会：口头报告的技巧与调查报告的评价标准。

应用：能根据分析结果撰写一份结构完整的调查报告。

项目六 掌握市场预测的基本方法

一、学习目的与要求

了解市场预测的基本原理，掌握经验判断法、时间序列预测法、因果分析法等的应用场景与操作步骤。

二、课程内容

- (1) 经验判断法；
- (2) 时间序列预测法；
- (3) 因果分析法。

三、考核知识点及要求

识记：各类预测方法的基本概念与适用条件。

领会：不同预测方法的逻辑与计算过程。

应用：能运用一种预测方法对简单数据进行趋势推断。

项目七 工业市场调研

一、学习目的与要求

了解工业市场的特点，掌握工业市场分析的内容与方法。

二、课程内容

- (1) 市场分析；
- (2) 市场体系分析；
- (3) 工业市场分析。

三、考核知识点及要求

识记：工业市场的构成与特点。

领会：工业市场调研的侧重点与分析方法。

应用：能针对某一工业品设计简要调研框架。

项目八 企业竞争调研

一、学习目的与要求

掌握企业竞争环境、竞争对手及企业竞争力的调研内容与方法。

二、课程内容

(1) 企业竞争环境调研；

(2) 竞争对手调研；

(3) 企业竞争力调研；

(4) 竞争研究的分析方法。

三、考核知识点及要求

识记：竞争调研的主要维度和指标。

领会：竞争分析模型（如 SWOT、波特五力）的应用。

应用：能对指定企业进行初步竞争态势分析。

项目九 消费者市场调研

一、学习目的与要求

理解消费者行为模式，掌握消费者需求、购买动机、决策过程及满意度调研的方法。

二、课程内容

(1) 消费者与消费结构；

(2) 消费需要与购买动机调研；

(3) 消费者购买过程调研；

(4) 产品和品牌选择调研；

(5) 顾客满意度调研。

三、考核知识点及要求

识记：消费者行为的基本概念与调研内容。

领会：消费动机与决策过程的影响因素。

应用：能设计一项消费者满意度调研方案。

项目十 零售业调研

一、学习目的与要求

了解零售业调研的特点，掌握零售终端、商圈及店址选择调研的方法。

二、课程内容

(1) 零售、零售业与零售业调研；

- (2) 零售终端调研；
- (3) 商圈调研与店址选择调研。

三、考核知识点及要求

识记：零售业调研的主要内容与指标。
领会：商圈分析的方法与店址评估要素。
应用：能为一家新店设计选址调研提纲。

项目十一 广告及媒体调研

一、学习目的与要求

掌握广告策略、内容、媒体及效果调研的基本方法与评价体系。

二、课程内容

- (1) 广告策略与广告调研；
- (2) 广告内容调研；
- (3) 广告媒体调研；
- (4) 广告效果调研。

三、考核知识点及要求

识记：广告调研的类型与主要内容。
领会：广告效果评估的指标与方法。
应用：能设计一项简单的广告效果测试方案。

项目十二 网络调查

一、学习目的与要求

了解网络调查的特点与优势，掌握常用网络调查方法及平台操作，能设计并实施网络调查。

二、课程内容

- (1) 了解网络调查；
- (2) 网络调查常用方法；
- (3) 常用网络调查平台；
- (4) 网络调查方案设计步骤。

三、考核知识点及要求

识记：网络调查的常见形式与优缺点。
领会：网络调查的设计要点与实施流程。
应用：能针对某一主题设计一份网络调查方案。

三、参考教材与考核实施要求

(一) 本课程使用的参考书

《市场调查与预测（第三版）》，王若军、王业娜 编著，中国人民大学出

版社，2022 年。

（二）本课程的考试要求

1. 考察学生对市场调查全流程的理解与设计能力，能根据命题完成调查方案设计、问卷编制与抽样计划；
2. 考察学生的数据处理与分析能力，能对提供的数据进行整理、统计与解读；
3. 考察学生的报告撰写与表达能力，能撰写结构完整的调查报告并进行简要汇报；
4. 考察学生对市场预测方法的理解与应用能力，能运用适当方法进行趋势判断。

（三）关于本课程考试命题的若干规定

1. 本门课程建议采用**开卷笔试**，笔试时间建议为 150 分钟；
2. 本大纲各项目所规定的学习要求、课程内容及考核知识点，均属于考核范围。命题应覆盖主要项目，并突出调查设计、数据分析、报告撰写等重点内容；
3. 命题应贴近实际商业场景，注重考核学生对方法的理解与应用能力，避免纯理论记忆题；
4. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例建议为：识记占 15%，领会占 20%，简单应用占 30%，综合应用占 35%；
5. 本门课程考试可选用的命题题型范围为单项选择题、判断题、简答题、案例分析题、设计题等。