上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2120054 | 课程名称 | 市场调查与预测 |
| 课程学分 | 3 | 总学时 | 48 |
| 授课教师 | 吴璠 | 教师邮箱 | 19004@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 工商管理B18-4 | 上课教室 | 中国大学慕课MOOC，钉钉 |
| 答疑时间 | 周二3，4节课 | | |
| 主要教材 | 教材【基于Excel的营销调研，阿尔文·C·伯恩斯（Alvin C. Burns）、罗纳德·F·布什（Ronald F. Bush）著, 2014.04, 中国人民大学出版社, 第1版,书号：978-7-300-18621-4】 | | |
| 参考资料 | 1、市场调查与预测, 李世杰、于飞主编, 2018.07,清华大学出版社, 第3版,书号：978-7-302-50476-4  2、市场调研与预测，李红主编，高等教育出版社，2014 年 8 月。“十二五”职 业教育规划教材。  3、市场调研策划与实施，刘继芳主编，高等教育出版社，2015 年 1 月。“十二 五”职业教育规划教材。  4、市场调查与预测，杨勇主编，机械工业出版社，2016 年 11 月。普通高等院校 经济管理类“十三五”应用型规划教材。 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 第一章 认识市场调查  第二章 市场调查方案的编制 | 讲课 | 课堂讨论是市场与行业变化 |
| 1 | 第三章 市场调查的抽样技术 | 讲课 | 确定行业调研报告内容 |
| 2 | 第四章 市场调查资料的收集方法  第五章 网络市场调查 | 讲课 | 讨论行业调研中存在的问题 |
| 2 | 第六章 市场调查问卷的设计 | 讲课 | 讨论品牌调研问卷设计 |
| 3 | 第六章 市场调查问卷的设计 | 讲课 | 确定品牌调研问卷设计 |
| 3 | 第七章 市场调查资料的整理与分析 | 讲课 |  |
| 4 | 第八章 市场调查报告的撰写 | 讲课 | 讨论品牌调研中存在的问题 |
| 4 | 第九章 市场预测概论  第十章 市场定性预测法 | 讲课 | 讨论调查报告的内容 |
| 5 | 第十章 市场定性预测法  第十一章 市场定量预测法 | 讲课 | 确定调查报告汇总 |
| 5 | 第十一章 市场定量预测法 | 讲课 | 修订调查报告 |
| 6 | 考察调研行业、市场 | 讲课 | 讨论调查和撰写中的发现 |
| 6 | 课堂展示 | 汇报 |  |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 市场行业调研报告 | 30% |
| X2 | 品牌调研报告 | 30% |
| X3 | 品牌发展报告 | 40% |

备注：

教学内容不宜简单地填写第几章、第几节，应就教学内容本身做简单明了的概括；

教学方式为讲课、实验、讨论课、习题课、参观、边讲边练、汇报、考核等；

评价方式为期末考试“1”及过程考核“X”，其中“1”为教学大纲中规定的形式；“X”可由任课教师或课程组自行确定（同一门课程多位教师任课的须由课程组统一X的方式及比例）。包括纸笔测验、课堂展示、阶段论文、调查（分析）报告、综合报告、读书笔记、小实验、小制作、小程序、小设计等，在表中相应的位置填入“1”和“X”的方式及成绩占比。

任课教师：吴璠 系主任审核： 日期：2020年3月2日