《 市场调查与预测 》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | （中文）市场调查与预测 |
| （英文）Market Survey and Forecasting |
| 课程代码 | 2120054 | 课程学分 | 3 |
| 课程学时  | 48 | 理论学时 | 48 | 实践学时 | 0 |
| 开课学院 | 珠宝学院 | 适用专业与年级 | 工商管理（奢侈品管理）本科二年级 |
| 课程类别与性质 | 专业必修课 | 考核方式 | 考查课 |
| 选用教材 | 市场调查与预测，许以洪、陈青姣，ISBN 9787111658412,机械工业出版社，2021年第3版 | 是否为马工程教材 | 否 |
| 先修课程 | 微观经济学原理2120102（3）、宏观经济学原理2120109（3）、管理学2120110（3） |
| 课程简介 | 市场调查与预测课程是上海建桥学院珠宝学院工商管理（奢侈品管理）专业的专业主干课程。市场调查与预测以市场调查与预测的一般操作性的原理与方法为研究对象，为市场营销决策提供准确有效的信息。市场调查与预测课程基于市场调查与预测的具体工作过程，将市场调查与预测分解为11个任务：任务1 明确市场调查的意义和程序；任务2 选定调查目标；任务3 制定市场调查方案；任务4 确定调查内容；任务5 选择市场调查方法；任务6 决定抽样计划；任务7 设计调查问卷；任务8 组织实施市场调查；任务9 整理、分析市场调查资料；任务10 预测市场发展趋势；任务11准备并编写市场调查报告。根据学生自身特点与兴趣爱好，打造其个性化品牌管理、营销和市场调查战略，有助于学生创新创业。 |
| 选课建议与学习要求 | 此课程适合工商管理（奢侈品管理）本科专业学生在大二第二学期学习，一般应具备相应的经济学、管理学知识，和一定的分析问题、解决问题的能力。 |
| 大纲编写人 | （签名） | 制/修订时间 | 2023/12 |
| 专业负责人 | （签名） | 审定时间 |  |
| 学院负责人 | （签名） | 批准时间 |  |

二、课程目标与毕业要求

（一）课程目标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 建立市场分析知识框架，培养市场分析逻辑思维能力 |
| 2 | 熟悉调查方案的策划，调查问卷的设计。 |
| 3 | 掌握常用的资料分析与预测方法。 |
| 技能目标 | 4 | 熟悉调查报告的写作。 |
| 5 | 能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |
| 素养目标(含课程思政目标) | 6 | 提高积极解决问题主观能动性，培养严谨、实事求是的素养，提高团队合作意识。 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| LO2专业能力：具有人文科学素养，具备从事奢侈品管理工作或专业的理论知识、实践能力。①具有专业所需的人文科学素养。 |
| LO3表达沟通：理解他人的观点，尊重他人的价值观，能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。①倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。。 |
| LO6协同创新：同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员，善于自我管理和团队管理；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。①在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，善于自我管理和团队管理，共同完成任务。 |

（三）毕业要求与课程目标的关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| L02 |  | H | 建立市场分析知识框架，培养市场分析逻辑思维能力 | 40% |
| 掌握常用的资料分析与预测方法。 | 20% |
| 熟悉调查方案的策划，调查问卷的设计。 | 20% |
| 熟悉调查报告的写作。 | 20% |
| L03 | ① | H | 能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 | 100% |
| L06 | ① | H | 提高积极解决问题主观能动性，培养严谨、实事求是的素养，提高团队合作意识。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

（一）各教学单元预期学习成果与教学内容

|  |
| --- |
| **第一单元 认识市场调查****教学内容：** ⑴市场调查概述 ⑵市场调查的内容 ⑶市场调查的原则 ⑷市场调查的程序 **知识要求：** ⑴理解市场调查的含义及作用 ⑵理解市场调查的内容 ⑶理解市场调查的原则 ⑷理解市场调查的程序 **能力要求：** ⑴运用市场调查的含义及作用 ⑵运用市场调查的特征及原则 ⑶运用市场调查的分类及内容 ⑷运用市场调查的程序 **教学难点：** ⑴市场调查的分类及内容 ⑵市场调查的程序 **第二单元 市场调查方案的编制** **教学内容：** ⑴市场调查主题的确定 ⑵市场调查方案的制订 ⑶市场调查方案的评价 **知识要求：** ⑴分析市场调查主题的确定 ⑵分析市场调查方案的制订⑶分析市场调查方案的评价 **能力要求：** ⑴运用市场调查主题、市场调查方案的含义 ⑵运用确定主题方法和市场调查方案的内容 ⑶运用市场调查方案的可行性分析与评价方法 **教学难点：** ⑴市场调查方案主题的确定 ⑵市场调查方案的可行性分析与评价方法  **第三单元 市场调查的抽样技术** **教学内容：** ⑴抽样调查概述 ⑵确定样本容量 ⑶选择抽样方法 ⑷抽样设计工作的基本程序 **知识要求：** ⑴运用确定样本容量 ⑵运用选择抽样方法 ⑶运用抽样设计工作的基本程序 **能力要求：** ⑴运用抽样调查的基本概念，如总体、样本、抽样调查等。 ⑵运用样本容量的确定方法，根据调查要求计算出样本容量。 ⑶运用四种概率抽样技术，能根据实际调查需要选择恰当的抽样方法。 ⑷运用四种非概率抽样技术，能根据实际调查需要选择恰当的抽样方法。 ⑸运用抽样调查方案设计的基本程序及要求 **教学难点：** ⑴样本容量的确定方法，根据调查要求计算出样本容量。 ⑵四种概率抽样技术，能根据实际调查需要选择恰当的抽样方法。 ⑶四种非概率抽样技术，能根据实际调查需要选择恰当的抽样方法。 **第四单元 市场调查资料的收集方法** **教学内容：** ⑴市场调查资料的分类 ⑵文案调查法 ⑶询问调查法 ⑷观察调查法 ⑸实验调查法 **知识要求：** ⑴分析市场调查资料的分类 ⑵分析文案调查法 ⑶分析询问调查法 ⑷分析观察调查法 ⑸分析实验调查法 **能力要求：** ⑴运用市场调查资料的分类 ⑵运用文案调查法的内容及具体方法 ⑶运用访问调查法的内容及具体方法 ⑷运用观察调查法的内容及具体方法 ⑸运用实验调查法的内容、具体方法 **教学难点：** 运用各种调查法  **第五单元 网络市场调查** **教学内容：** ⑴网络市场调查概述 ⑵网络市场调查的方法 ⑶网络市场调查平台的选择 **知识要求：** ⑴分析网络市场调查概述 ⑵分析网络市场调查的方法 ⑶分析网络市场调查平台的选择 **能力要求：** ⑴运用网络市场调查的概念 ⑵运用网络市场调查的特点 ⑶运用网络直接调查方法和间接调查方法的内容 ⑷运用网络市场调查的内容和步骤 ⑸运用网络直接调查方法的步骤 **教学难点：** ⑴网络市场调查的内容和步骤 ⑵网络直接调查方法的步骤 **第六单元 市场调查问卷的设计** **教学内容：** ⑴市场调查问卷的类型及结构 ⑵市场调查问卷设计的程序与原则 ⑶市场调查问卷的设计技术 ⑷市场调查问卷设计应注意的问题 **知识要求：** ⑴分析市场调查问卷的类型及结构 ⑵分析市场调查问卷设计的程序与原则 ⑶分析市场调查问卷的设计技术 ⑷分析市场调查问卷设计应注意的问题 **能力要求：** ⑴运用市场调查问卷的含义与作用 ⑵运用市场调查问卷的类型与结构 ⑶运用市场调查问卷设计的程序、技巧及注意事项⑷综合实训学生能够独立设计一份高质量的市场调查问卷 **教学难点：** ⑴市场调查问卷的类型与结构 ⑵市场调查问卷设计的程序、技巧及注意事项 ⑶实训学生能够独立设计一份高质量的市场调查问卷  **第七单元 市场调查资料的整理与分析** **教学内容：** ⑴市场调查资料的审核与整理 ⑵市场调查资料的统计分析 ⑶市场调查资料的理论分析 **知识要求：** ⑴分析市场调查资料的审核与整理 ⑵分析市场调查资料的统计 ⑶分析市场调查资料的理论 **能力要求：** ⑴运用市场调查资料审核与整理的基本内容 ⑵运用调查数据的统计分析概念、方法与工具 ⑶运用统计数据分析的图表展示 ⑷运用理论分析的原则与内容 ⑸运用因果分析的条件与类型 **教学难点：** ⑴调查数据的统计分析概念、方法与工具 ⑵统计数据分析的图表展示  **第八单元 市场调查报告的撰写** **教学内容：** ⑴市场调查报告概述 ⑵市场调查报告的写作技巧 ⑶市场调查报告的撰写注意事项 **知识要求：** ⑴理解市场调查报告概述 ⑵分析市场调查报告的写作技巧 ⑶分析市场调查报告的撰写注意事项 **能力要求：** ⑴运用撰写调查报告的作用 ⑵运用调查报告的基本结构及要求 ⑶运用调查报告写作技巧 **教学难点：** ⑴调查报告的基本结构及要求 ⑵调查报告写作技巧  **第九单元 市场预测概论** **教学内容：** ⑴市场预测的概念与作用 ⑵市场预测的要素与原则 ⑶市场预测的内容和分类 ⑷市场预测的一般步骤 ⑸市场预测的方法及其选择 ⑹市场预测的精确度分析 **知识要求：** ⑴理解市场预测的概念与作用 ⑵理解市场预测的要素与原则 ⑶理解市场预测的内容和分类 ⑷理解市场预测的一般步骤 ⑸理解市场预测的方法及其选择 ⑹理解市场预测的精确度分析 **能力要求：**⑴分析市场预测的一般步骤 ⑵分析市场预测的方法及其选择 ⑶理解市场预测精确度分析 **教学难点：** 市场预测的方法及其选择  **第十单元 市场定性预测法** **教学内容：** ⑴市场定性预测法的特点 ⑵意见综合预测法 ⑶商品经济寿命周期预测法 ⑷市场景气预测法 **知识要求：** ⑴分析市场定性预测法的特点 ⑵分析意见综合预测法 ⑶分析商品经济寿命周期预测法 ⑷分析市场景气预测法 **能力要求：** ⑴运用各种市场定性预测法的基本原理和运用 ⑵运用各种市场定性预测法的优缺点及应用情形 ⑶运用依据实际案例进行定性预测的能力 **教学难点：** 依据实际案例进行定性预测的能力 **第十一单元 市场定量预测法** **教学内容：** ⑴平均预测法 ⑵指数平滑法 ⑶时间序列预测法和趋势分析预测法 ⑷回归分析预测法 ⑸用 Excel 进行统计趋势预测分析 **知识要求：** ⑴分析平均预测法 ⑵指分析数平滑法 ⑶分析时间序列预测法和趋势分析预测法 ⑷分析回归分析预测法 ⑸分析用 Excel 进行统计趋势预测分析 **能力要求：** ⑴运用各种定量预测方法基本原理和应用情形 ⑵运用实际资料选用合适定量预测法进行预测的能力 **教学难点：** ⑴运用各种定量预测方法基本原理和应用情形 ⑵运用实际资料选用合适定量预测法进行预测的能力 |

（二）教学单元对课程目标的支撑关系

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 第一单元 认识市场调查 |  |  |  |  | √ | √ |
| 第二单元 市场调查方案的编制 | √ | √ | √ |  |  | √ |
| 第三单元 市场调查的抽样技术 | √ | √ | √ |  |  | √ |
| 第四单元 市场调查资料的收集方案 | √ | √ | √ |  | √ | √ |
| 第五单元 网络市场调查 | √ | √ | √ |  | √ |  |
| 第六单元 市场调查问卷的设计 | √ | √ | √ |  | √ |  |
| 第七单元 市场调查资料的整理与分析 | √ | √ | √ |  | √ |  |
| 第八单元 市场调查报告的撰写 |  | √ | √ | √ |  |  |
| 第九单元 市场预测概率 |  | √ | √ | √ |  |  |
| 第十单元 市场定性预测法 |  | √ | √ | √ |  |  |
| 第十一单元 市场定量预测法 |  | √ | √ | √ |  |  |

（三）课程教学方法与学时分配

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 第一单元 认识市场调查 | 案例分析、小组讨论 | 课堂参与度、市场调查概念测试 | 4 |  | 4 |
| 第二单元 市场调查方案的编制 | 实例演示、小组讨论 | 市场调查方案汇报 | 4 |  | 4 |
| 第三单元 市场调查的抽样技术 | 理论讲解、实例分析 | 抽样方案设计作业 | 4 |  | 4 |
| 第四单元 市场调查资料的收集方法 | 讲解与演示、小组练习 | 市场调查方法选择与解释作业 | 4 |  | 4 |
| 第五单元 网络市场调查 | 专题讲座、在线实践 | 网络市场调查报告与调查工具熟练度测试 | 4 |  | 4 |
| 第六单元 市场调查问卷的设计 | 理论讲解、实例分析、实践操作 | 市场调查问卷设计报告提交与汇报 | 8 |  | 8 |
| 第七单元 市场调查资料整理与分析 | 课堂讲授、数据处理实战 | 资料整理报告、数据处理结果展示 | 4 |  | 4 |
| 第八单元 市场调查报告的撰写 | 课堂讲授、写作练习 | 市场调查报告、写作技巧评价 | 4 |  | 4 |
| 第九单元 市场预测概论 | 课堂讲授、案例分析 | 课堂讨论、小测验 | 2 |  | 2 |
| 第十单元 市场定性预测法 | 课堂讲授、小组讨论 | 预测方案应用、实践报告 | 4 |  | 4 |
| 第十一单元 市场定量预测法 | 课堂讲授、实验模拟 | 定量预测实践、实验报告 | 6 |  | 6 |
| 合计 | 48 |  | 48 |

（四）课内实验项目与基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验时数 | 实验类型 |
| 1 | 无 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
| 1. 提高国家的发展和繁荣的责任和使命的认识1. 引导学生认识到国家的发展和繁荣是每个人的责任和使命。
2. 鼓励他们关注国家经济和社会发展，积极参与市场调查与预测工作，为国家的发展贡献力量。

2.培养敬业精神以及责任感1. 强调市场调查与预测工作的重要性，以及从业人员应当具备的专业素养和敬业精神。
2. 引导学生认识到敬业的重要性，鼓励他们在学习和工作中保持高度的专业精神和责任感。

3. 坚守市场调查与预测工作中的诚信原则1. 引导学生认识到诚信是市场经济的基石，也是个人和企业的立身之本。
2. 鼓励学生遵守职业道德和法律法规，保持诚实守信的态度。

4. 提倡团结合作、互助、友善精神1. 鼓励学生关注他人，建立良好的人际关系，倡导团队合作和互帮互助的精神。
2. 通过案例分析、小组讨论等形式，引导学生认识到友善在市场调查与预测工作中的重要性。
 |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 60% | 品牌调研报告 | 20 | 20 | 20 | 20 | 10 | 10 | 100 |
| X2 | 20% | 市场实地调研报告 | 30 | 30 | 30 | 40 |  |  | 100 |
| X3 | 20% | 文献综述报告 |  | 40 | 30 | 30 |  |  | 100 |

评价标准细则（选填）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核项目 | 课程目标 | 考核要求 | 评价标准 |
| 优100-90 | 良89-75 | 中74-60 | 不及格59-0 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| X1 |  |  |  |  |  |  |
| X2 |  |  |  |  |  |  |
| X3 |  |  |  |  |  |  |
| X4 |  |  |  |  |  |  |
| X5 |  |  |  |  |  |  |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
|  |