

# 《文化市场调查方法》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

课程代码：150413

课程名称：文化市场调查方法

英文名称：Research Methods for Cultural Market

课程类别：专业课

学时：48

学分：3

适用对象：文化产业管理专业

考核方式：考试

先修课程：文化学导论、中国文化简史、统计学

## 二、课程简介

文化市场调查是获取文化市场信息、进行文化市场营销和现代化管理的重要手段。它对推动经济发展，增强决策的科学性，提供文化企业的竞争力和适应能力都具有十分重要的意义。本课程较为全面深入地讲解文化市场调查实际运作过程，并注意结合国内外文化市场调查的实践和经验，以使學生正确掌握文化市场调查的基本原理和方法。本课程主要内容包括文化市场调查的意义与类别、文化市场调查的方案设计、调查的实际执行步骤、各种调查工具和方法的运用以及调查报告的撰写等。

*Researches for Cultural Market are important means to obtain the information of cultural market and to carry out the cultural marketing and the modern management. It has very important significance for promoting the economic development, enhancing the scientific nature of decision-making, providing the competitiveness of cultural enterprises and the ability to adapt. This course is a comprehensive and in-depth study of the practical operation of cultural market research. It also pays attention to the practice and experience of the internal and external cultural market survey, which enables students to master the basic principles and methods of Cultural Market Research. The main content of this course includes the significance and the category of the cultural market survey, scheme design, the practical implementation of the survey, the use of various investigative tools and methods, as well as the writing of reports, etc.*

### 三、课程性质与教学目的

本课程为文化产业管理专业的专业必修课，旨在通过课堂教学与相关实践训练，使学生掌握文化市场调查的基本理论与方法，对文化市场调查行业和文化市场调研工作有初步的了解，并通过布置结合自身专业特色的调查实践任务，切实提升学生的实际调查能力和专业学习兴趣，让学生通过调研深入了解我国文化市场发展现状，并积极为我国社会主义文化大繁荣献计献策，进一步提升学生的文化自信和爱国主义情怀。

### 四、教学内容及要求

#### 第一章 总论

##### （一）目的与要求

通过本课程的学习，使学生能够掌握市场、文化市场以及文化市场调查的含义、特点以及功能，掌握文化市场调查的分类以及局限性，并注意文化市场调查中的基本道德问题。

##### （二）教学内容

#### 第一节 市场、文化市场、文化市场调查

##### 1. 主要内容

市场的含义及功能；文化市场的含义、分类及特性；文化市场调查的含义、特点及功能

##### 2. 基本概念和知识点

市场；文化市场；文化市场调查；市场的功能；文化市场的分类及特性；文化市场调查的特点及功能

##### 3. 问题与应用（能力要求）

文化市场与一般商品市场有何本质区别？如何理解文化市场的文化价值取向和市场价值取向的双重价值取向问题？

#### 第二节 文化市场调查的分类、内容及局限性

##### 1. 主要内容

文化市场调查的分类；文化市场调查的内容；文化市场调查的局限性

##### 2. 基本概念和知识点

探索性调查；描述性调查；因果性调查；定性调查；定量调查；文化市场调查的分类；文化市场调查的内容；文化市场调查的局限性

##### 3. 问题与应用（能力要求）

你将选用何种类型的调查展开调查？

#### 第三节 文化市场调查中的道德问题

### 1. 主要内容

文化市场调查提供者的道德规范；文化市场调查使用者的道德规范；被调查者的道德规范

### 2. 基本概念和知识点

道德；中国传统文化中的道德要求；文化市场调查提供者的道德规范；文化市场调查使用者的道德规范；被调查者的道德规范

### 3. 问题与应用（能力要求）

你如何评价道德规范在文化市场调查中的价值？在文化市场调查过程中如何贯彻社会主义核心价值观？

## （三）思考与实践

文化市场调查的意义何在？

文化市场调查中需要遵循哪些基本道德规范？

如何做好文化市场调查的选题工作？

## （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授与课堂讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

## 第二章 调查方案的设计

### （一）目的与要求

要求学生系统地了解文化市场调查中调查方案的重要性，熟悉调查方案的设计步骤，并且加以运用，设计出较为合理的调查方案。

教学内容

#### 第一节 调查方案设计的概念和内容

##### 1. 主要内容

调查方案设计的概念与重要性；调查方案的内容

##### 2. 基本概念和知识点

调查方案设计；调查单位；调查对象；调查提纲；调查方案设计的重要性；调查方案的内容

##### 3. 问题与应用（能力要求）

调查方案设计的主要内容是什么？

#### 第二节 调查方案的可行性研究

##### 1. 主要内容

调查方案可行性研究的方法；调查方案总体评价的标准

##### 2. 基本概念和知识点

逻辑分析法；经验判断法；试点调查法；调查方案可行性研究的方法；

调查方案总体评价的标准

### 3. 问题与应用（能力要求）

如何提高调查方案的可行性？

#### （三）思考与实践

自选调查主题，拟定一份调查方案。调查方案的撰写应全员参与。

#### （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授、方案展示以及讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

## 第三章 问卷调查

### （一）目的与要求

要求学生了解问卷的基本结构，掌握问卷设计的基本技巧及注意事项，并结合自身调研需要设计出一份高质量的调查问卷。

### （二）教学内容

#### 第一节 问卷的基本问题

##### 1. 主要内容

问卷的功能；问卷的优点；问卷的缺点；问卷的类型；问卷的结构；问卷设计的基本要求；问卷设计的程序

##### 2. 基本概念和知识点

结构型问卷；无结构型问卷；编码；问卷的功能；问卷的优点、缺点；问卷的类型；问卷的结构；问卷设计的基本要求；问卷设计的程序

##### 3. 问题与应用（能力要求）

问卷设计的基本要求是什么？

#### 第二节 问题的设计

##### 1. 主要内容

问题的类型；问题设计的原则；问题的顺序

##### 2. 基本概念和知识点

开放性问题；封闭性问题；事实性问题；行为性问题；动机性问题和态度性问题；问题的类型；问题设计的原则；问题的顺序

##### 3. 问题与应用（能力要求）

问卷问题设计应遵循的基本原则有哪些？

#### 第三节 选项的设计

##### 1. 主要内容

选项设计的基本方法；选项设计的注意事项；后续性问题的选项格式

##### 2. 基本概念和知识点

多项选择法；二项选择法；比较法；排序法；回忆列举法；选项设计的基本方法；选项设计的注意事项；后续性问题的选项格式

3. 问题与应用（能力要求）

问卷选项设计应注意的基本问题有哪些？

#### 第四节 量表的设计

1. 主要内容

量表的类型；市场调查常用的几种量表；对量表的评价

2. 基本概念和知识点

量表；类别量表；顺序量表；等距量表；等比量表；信度；效度；量表的类型；市场调查常用的几种量表；对量表的评价

3. 问题与应用（能力要求）

四类量表的应用范围有何不同？

#### 第五节 编码的设计

1. 主要内容

编码的含义及作用；编码设计的一般步骤；含小数变量值的编码设计

2. 基本概念和知识点

编码；编码的含义及作用；编码设计的一般步骤；含小数变量值的编码设计

3. 问题与应用（能力要求）

编码的应用范围如何？

#### 第六节 问卷的回收及审核

1. 主要内容

问卷的回收；问卷的审核

2. 基本概念和知识点

无效问卷；问卷的回收；问卷的审核

3. 问题与应用（能力要求）

如何遴选有效问卷？

#### （三）思考与实践

针对小组调查选题，设计一份调查问卷。调查问卷的设计需全员参与。

#### （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授与课堂讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

### 第四章 文化市场调查的主要方法（上）——定性资料的搜集

#### （一）目的与要求

要求学生系统的了解定性资料的搜集方法，掌握深层访谈法的步骤和技巧。

## （二）教学内容

### 第一节 定性调查概述

#### 1. 主要内容

定性调查的含义；定性调查的优点及局限性；定性调查的应用范围

#### 2. 基本概念和知识点

定性调查；定性调查的优点及局限性；定性调查的应用范围

#### 3. 问题与应用（能力要求）

定性调查的应用范围还有哪些？

### 第二节 深层访谈法

#### 1. 主要内容

深层访谈法的定义和特点；深层访谈法的实施；深层访谈的优点；深层访谈的缺点

#### 2. 基本概念和知识点

深层访谈法；深层访谈法的特点；深层访谈法的实施；深层访谈的优点、缺点

#### 3. 问题与应用（能力要求）

以如何传承中华优秀传统文化为主题，对周边同学进行一次深度访谈。

### 第三节 焦点小组访谈法

#### 1. 主要内容

焦点小组访谈法概述；焦点小组访谈法的实施；焦点小组访谈法的优点；焦点小组访谈法的缺点

#### 2. 基本概念和知识点

焦点小组访谈法；焦点小组访谈法的实施；焦点小组访谈法的优点；焦点小组访谈法的缺点

#### 3. 问题与应用（能力要求）

实施焦点小组访谈需要注意哪些问题？

### 第四节 投射技法

#### 1. 主要内容

投射技法概述；投射技法的类型；投射技法的优点；投射技法的缺点

#### 2. 基本概念和知识点

投射技法；联想技法；完成技法；结构技法；表现技法；投射技法的类型；投射技法的优点、缺点

#### 3. 问题与应用（能力要求）

在应用投射技法时需要注意哪些问题？

### （三）思考与实践

什么是定性调查？与定量调查有何区别？

在运用深层访谈法展开调查时需要注意些什么问题？

### （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授与课堂讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

## 第五章 文化市场调查的主要方法（下）——定量资料的搜集

### （一）目的与要求

要求学生系统的了解定量资料的搜集方法，熟悉掌握询问调查法、观察法的步骤和技巧。

### （二）教学内容

#### 第一节 定量调查概述

##### 1. 主要内容

定量调查的含义；定量调查与定性调查的区别

##### 2. 基本概念和知识点

定量调查；定量调查与定性调查的区别

##### 3. 问题与应用（能力要求）

如何评价定量调查与定性调查的区别与联系？

#### 第二节 询问调查法

##### 1. 主要内容

询问调查法概述、优点；电话调查的优缺点及其适用范围；面访调查的几种类型及有效降低拒访率的注意事项；非现场问卷调查的分类

##### 2. 基本概念和知识点

询问调查法；电话调查；面访调查；非现场问卷调查；询问调查法的优点；电话调查的优缺点及其适用范围；面访调查的几种类型及有效降低拒访率的注意事项；非现场问卷调查的分类

##### 3. 问题与应用（能力要求）

询问调查与深度访谈调查有何区别？

#### 第三节 观察法

##### 1. 主要内容

观察法的含义、类型及其记录技术；人员观察法的类型及其记录规范；机器观察法的应用现状；观察法的优缺点

##### 2. 基本概念和知识点

观察法；神秘购物法；单向镜法；顾客观察法；人文调查；痕迹观察；

观察法的类型及其记录技术；人员观察法的类型及其记录规范；机器观察法的应用现状；观察法的优缺点

### 3. 问题与应用（能力要求）

你如何运用观察法展开调查？

#### （三）思考与实践

从调查员的角度看，在开展询问调查的过程中，需要遵循怎样的道德准则？

观察法在实施前最需要注意的事项是什么？

#### （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授与课堂讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

## 第六章 抽样设计

### （一）目的与要求

要求学生了解抽样调查的基本分类，掌握随机抽样与非随机抽样的区别以及随机抽样调查误差的计算与控制。

### （二）教学内容

#### 第一节 抽样调查概述

##### 1. 主要内容

抽样调查的含义、种类和作用

##### 2. 基本概念和知识点

抽样调查；随机抽样；非随机抽样；全及总体；总体容量；抽样总体；样本容量；重复抽样；不重复抽样；总体指标；样本指标；抽样调查的种类和作用

##### 3. 问题与应用（能力要求）

你如何选择抽样调查方法？

#### 第二节 随机抽样

##### 1. 主要内容

单纯随机抽样的含义、优点以及局限性；系统抽样的含义、排序方法、常用的抽样方式以及局限性；分层抽样的含义、方法、优点以及原则；整群抽样的含义、适用性、特点

##### 2. 基本概念和知识点

单纯随机抽样；系统抽样；分层抽样；整群抽样；单纯随机抽样的优点以及局限性；系统抽样的排序方法、常用的抽样方式以及局限性；分层抽样的方法、优点以及原则；整群抽样的适用性、特点

##### 3. 问题与应用（能力要求）



生活中，还有哪些随机抽样的实例？

### 第三节 非随机抽样

#### 1. 主要内容

非随机抽样的特征及其使用场合；非随机抽样的组织形式

#### 2. 基本概念和知识点

非随机抽样；方便抽样；判断抽样；配额抽样和雪球抽样；非随机抽样的特征及其使用场合；非随机抽样的组织形式

#### 3. 问题与应用（能力要求）

生活中，还有哪些非随机抽样的实例？

### 第四节 随机抽样的调查误差

#### 1. 主要内容

抽样误差及其影响因素；非抽样误差的含义及其分类；随机抽样的方差、平均误差和极限误差；随机抽样误差的测定

#### 2. 基本概念和知识点

抽样误差；非抽样误差；抽样方差；抽样极限误差；抽样误差及其影响因素；非抽样误差的分类；随机抽样的方差、平均误差和极限误差；随机抽样误差的测定

#### 3. 问题与应用（能力要求）

随机抽样的调查误差是如何形成的？

### 第五节 抽样推断方法与样本容量的确定

#### 1. 主要内容

样本估计与推断方法；影响样本容量的因素；样本容量的确定

#### 2. 基本概念和知识点

样本估计与推断方法；影响样本容量的因素；样本容量的确定

#### 3. 问题与应用（能力要求）

如何确定样本容量？

### （三）思考与实践

随机抽样与非随机抽样的区别是什么？

开展抽样调查过程中，需遵循的道德准则有哪些？

### （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授与课堂讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

## 第七章 文化市场调查结果的报告

### （一）目的与要求

要求学生熟悉文化市场调查书面报告的基本结构、写作的基本要求以及基本格式，并掌握口头报告的基本规范与注意事项。

## （二）教学内容

### 第一节 文化市场调查结果的书面报告

#### 1. 主要内容

文化市场调查书面报告的含义及类型；文化市场调查书面报告写作的基本要求；文化市场调查书面报告的格式

#### 2. 基本概念和知识点

文化市场调查书面报告；文化市场调查书面报告的类型；文化市场调查书面报告写作的基本要求；文化市场调查书面报告的格式

#### 3. 问题与应用（能力要求）

如何写好一份书面调查报告？

### 第二节 文化市场调查结果的口头报告

#### 1. 主要内容

口头报告需要准备的材料；口头报告需要注意的问题

#### 2. 基本概念和知识点

口头汇报；口头报告需要准备的材料；口头报告需要注意的问题

#### 3. 问题与应用（能力要求）

你将用何种方式对你小组的调查结果进行口头汇报？

## （三）思考与实践

通过演讲及使用多媒体演示等方式，充分展示小组调查成果。需充分体现团队合作精神。

## （四）教学方法与手段

教学方法：课堂讲授、课堂演讲、课堂讨论；

教学手段：多媒体。运用幻灯片及视频等促进学生理解，增加其学习兴趣。

## 五、各教学环节学时分配

教学时数 课程内容	教学环节						小计
	讲课	习题课	讨论课	实验	其他教学环节		
第一章	10					10	
第二章	2				2	4	
第三章	6				2	8	

第四章	4					4
第五章	4					4
第六章	4					4
第七章	4				6	10
机动课时	2				2	4
合计	36				12	48

## 六、课程考核

### （一）考核方式

本课程为考试课程，期末考试为集中闭卷考试，学生的课程总评成绩由学生的期末考试成绩和平时表现两部分组成。

### （二）成绩构成

平时成绩占比：50% 期末考试占比：50%

### （三）成绩考核标准

文化市场调查的具体评分标准：1. 选题的现实性与针对性。选题能否体现时代精神，紧追文化市场中的现实问题。2. 调查方案的合理性与可行性。主要考察调研目的是否明确，调查目标是否合理；调查计划安排是否合理可行，调查方式是否恰当；问卷设计是否满足调查要求；团队分工是否明确等。3. 调查报告完成质量。主要考察调查报告格式的规范性和内容的完整性。报告必须包括标题、引言（或概述）、调研方法、调研结果、结论或建议；数据处理和数据分析是否有误；语言表达是否通畅；逻辑是否清晰合理；论述是否充分等。4. 问卷设计的完整性和质量。主要考察问卷设计结构是否完整；内容是否紧扣调研主题，能够满足调研的基本要求；问卷设计是否存在明显错误。5. 参与文化市场调查的主观态度。是否积极主动参与调查实践，是否能够按照计划完成每一阶段工作，是否具备团队合作精神。

## 七、推荐教材和教学参考资源

1. 简明、金勇进等编著，《市场调查方法与技术》，中国人民大学出版社，2018；
2. 阳光宁、张军占主编，《文化市场调查与分析》，中国科学技术大学出版社，2014。

## 八、其他说明

大纲修订人： 余川

修订日期：2021.12.06

大纲审定人：

审定日期：