# 《市场调查与预测》课程教学大纲

一、课程基本信息

课程代码：18060562

课程名称：市场调查与预测

英文名称：Marketing Research and Forecasting

课程类别：专业必修课

学 时：32

学　　分：2

适用对象：经济统计学

考核方式：考试

先修课程：概率论与数理统计学、统计学

二、课程简介

**紧抓课程改革核心环节，不断提升教学质量，将“课程思政”作为融合德育与智育的融合主渠道，是逐步实现“立德树人”的综合教育理念的前进方向。**市场调查与预测主要内容包括搜集市场数据、分析市场数据并预测市场发展趋势。本课程以理论为引导，将实际应用和案例分析作为重点。通过本课程的学习，使学生较能够系统地掌握市场调查与预测的基本理论、方法与技能，培养学生综合运用专业知识的能力和实践能力，提高学生通过市场调查分析与解决问题的能力。

The main contents of Marketing Research and Forecasting include collecting market data, analyzing market data and forecasting market development trend. Guided by theory, this course focuses on practical application and case analysis. Through the study of this course, students will be able to systematically master the basic theories, methods and skills of market research and prediction, cultivate their ability of comprehensive application of professional knowledge and practical ability, and improve their ability of analyzing and solving problems through market research.

三、课程性质与教学目的

1.课程性质

《市场调查与预测》是一门专业必修课，是关于经济领域统计调查方法及其应用的科学，主要培养和检验学生的市场调查实务基本理论知识，调查方法和应用的能力。

2.教学目的

通过本课程的学习，学生应能够：

 （1）掌握市场调查的基本理论，如问卷设计、抽样设计、调查数据处理与分析、市场调查研究报告的撰写等；

 （2）熟悉市场调查实际工作的基本内容和工作程序，如二手资料收集、访谈调查的实施技巧、定性调查、观察与试验方法等；

（3）能够运用本课程的基本原理和方法并结合所学过的其他专业课程知识，科学地观察问题、思考问题、分析问题、解决问题，并能很好地应用于实践。

（4） **通过课程思政对学生进行价值观引领，将“立德树人”内化到系统的本课程学习过程中。**

四、教学内容及要求

**第一章 绪论**

【引入案例】TSE：大数据时代市场调查的变革**(思政要素：根据案例，讨论中国在信息技术发展中的优势与不足，引导学生增加对中国科技发展的关注)**

(一)目的与要求

1.理解市场的概念及其特性

2.了解市场调查与预测行业的发展

3.理解市场调查与预测的必要性及其范围和内容

4.理解市场调查与预测的方法论

5.了解市场调查与预测部门的设置原则

(二)教学内容

1.市场调查与市场预测概述

2.市场调查与预测的方法论基础

3.市场调查机构的设置

4.市场调查的组织方式分类

（三）实践环节与课后练习

无

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第二章 市场调查与预测方案设计**

（一）目的与要求

1.理解编制市场调查与预测方案的意义

2.掌握市场调查与预测的步骤:

3.掌握市场调查与预测计划书的编写方法

4.理解市场调查与预测方案的可行性研究的方法。

（二）教学内容  
**【引入案例】陪伴与看护:机器人“走进”日本养老院(思政要素：根据案例，引导学生增加对中国老人群体的关注)**

1.市场调查与预测方案概述

2.市场调查与预测的工作步骤

3.市场调查与预测计划书的撰写

（三）实践环节与课后练习

1.什么市场调查与预测方案？编制市场调查与预测方案有何重要性？

2.市场调查与预测的方案的主要内容是什么？

3.为何说明确调查的目的和任务是调查方案设计的首要问题？

4.如何完善市场调查与预测的方案？

5.怎样对市场调查与预测方案进行评价？

6.在校学生生活费用调查。学校委托一市场调查小组调查目前在校学生每月生活费用支出，请为这一任务拟定一份市场调查与预测工作计划。

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第三章 二手数据收集**

（一）目的与要求

1.理解二手数据的概念及其特点

2.了解二手数据的来源及其构成

3.了解二手数据的评估

4.了解二手数据的标准化

（二）教学内容

**【引入案例】传音占领非洲市场(思政要素：根据案例，引导学生增加对中国制造业在世界的地位，优势与不足的认知，激发学生的内在责任感。)**

1.二手数据的含义及特点

2.二手数据的来源及评估

3.二手数据的标准化

（三）实践环节与课后练习

1.如何获取二手数据和原始数据？

2.访问提供辛迪加数据的数据供应商的网站，了解其提供的主要服务产品。

3.选择一个市场调查与预测主题，收集相关二手数据。

3.在校学生生活费用调查（续）：请根据已拟定的“在校大学生每月生活费用支出情况”市场调查与预测工作计划，收集相关的二手数据，以用于本次调查分析对比，并进一步修改完善工作计划。

4.假设一个欧洲的清洁用品公司，为了进入华东市场，应从哪些二手数据中搜寻到经销商、代理商、终端店铺的信息，并做出合理的选择？

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第四章 市场调查的抽样理论与实践**

（一）目的与要求

1.了解抽样过程理解抽样目标群体、样本框架、调查发生率等概念

2.掌握决定样本大小的几种方法

3.掌握概率抽样的几种方法掌握无概率抽样的几种方法

（二）教学内容

【引入案例】UPS:《2018年网购消费者行为调查报告》

1.抽样基本理论与步骤

2.抽样方法

（三）实践环节与课后练习

1. 简述抽样调查的意义。

2. 简述抽样过程与步骤。

3. 选择抽样方法时应该考虑哪些要素？

4. 试述决定抽样误差大小的因素。

5.在校学生生活费用调查(续)：请根据已拟定的“在校大学生每月生活费用支出情况”市场调查与预测工作计划，确定样本框架和样本单位数，并完成抽样，并进一步修改完善“工作计划”。

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第五章 态度测量表**

（一）目的与要求

1.掌握量表设计相关重要的概念

2.理解四种测量尺度

3.掌握市场研究中常用的量表

4.理解信度与效度的概念

（二）教学内容

**【引入案例】 美国报告第一期：2018年北美消费者报告**

1.测量与测量尺度

2.测量技术

3.信度和效度

（三）实践环节与课后练习

1.试述四种测量尺度各自的特征及相互间的区别。

2.列举几种比较性尺度的优缺点。

3.什么是信度?什么是效度?信度和效度之间有什么联系?

4.请根据已拟定的“在校大学生每月生活费用支出情况”市查与预测工作计划,围绕调查的某一方面,设计一份调查“量表”

5.针对本章【引入案例】涉及的概念和测量方法进行分组讨论。

6.针对某一行业的某公司进行的顾客满意度调查设计一份顾客满意度量表,并提出工作方案和步骤。

7.在市场调查方案或调查结果的信度和效度检验往往是通过调查的数据加以实现的。而对于定性调查来说,有相当一部分的调查结果是无法量化的,所以有人说:“有些定性调查不存在信度和效度检验。”你认为这句话对吗?如果你认为定性调查也可以进行信度和效度检验,又应该如何进行?

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第六章 市场调查方法**（一）目的与要求

1.掌握各种市场调查的方法及应用

2.了解市场调查中发生的各类问题及解决方法

3.掌握如何提高在线调查反馈率的方法

（二）教学内容

【引入案例】颠簸的街道——对不起，“n=All”只是一个幻觉

1.市场调查的分类及作用

2.访谈调查法

3.固定样本调查

4.问卷调查

5.网络调查

6.观察法

7.投射调查

8.实验法

（三）实践环节与课后练习

1.简述定性调查与定量调查的区别。

2.访谈调查法有哪些不同形式？试述访谈调查法的优缺点。

3.分析网络调查的优劣势及其应用领域。

4.问卷调查的不同方式各适用于什么情境？

5.在校学生生活费用调查（续）：请根据已拟定的“在校大学生每月生活费用支出情况”市场调查与预测工作计划，讨论各类市场调查方式的可行性，确定最终的市场调查方法，并进一步修改完善“工作计划”。

6.某商品在同时进行了包装更新和价格调整后，销售量急剧增加。可能是价格原因，也可能是包装原因的改变导致的结果，或者还有促销的因素。请设计一个实验调查方案可以用来分析该商品销售量急剧增加原因？

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第七章 问卷设计及调查技术**

（一）目的与要求

1.理解问卷设计的意义

2.明确问卷设计的基本目标

3.了解问卷设计的基本程序

4.学会应用问卷设计的要点

5.学会如何处理问卷调查中遇到的问题

（二）教学内容

【引入案例】调查结果是否可用于开发大学生的生活计划

1.问卷设计的意义、目标与程序

2.问卷设计的技术

3.问卷结构及相关问题

4.问卷的编码与测试

5.处理问卷调查中的问题

6.提高问卷回答率的方法

（三）实践环节与课后练习

1.问卷设计的基本原则。

2.用示意图表示问卷设计的步骤及过程。

3.举例说明问卷设计中各种提问方式的适用性。

4.如何应对问卷调查中出现的问题？

5.如何提高问卷的调查和回答（反馈）率？

6.在校学生生活费用调查（续）：请根据已拟定的“在校大学生每月生活费用支出情况”市场调查与预测工作计划，拟定一份调查问卷。包括：a、引导词；b、用3种以上的提问方式提出20～25个问题（含调查“量表”）

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第八章 数据处理与分析**

（一）目的与要求

1.了解数据分析的作用

2.明确数据分析的基本要求及技术原理

3.掌握交叉列表分析中变量的确定技术及方法

4.了解基本统计量及其分布

5.掌握利用统计量进行检验的基本原理和方法

6.掌握方差分析的基本原理和方法

（二）教学内容

**【引入案例】塔吉特：比父亲更早知道女儿怀孕(思政要素：根据案例，讨论大数据时代保护个人信息安全的重要性。)**1.数据分析的作用与要求

2.统计图表法

3.基础数据指标分析

4.概率统计的基础数据分析

5.统计分析软件介绍

（三）实践环节与课后练习

1.简述统计图的类型及使用方法。

2.举例说明交叉列表分析法。

3.综合指标分析法和动态分析法包含哪几类基本指标？

4.反映总体中各单位数量的集中特征的指标有哪些？

5.在数据分析中，如何合理运用区间估计、假设检验、方差分析？

6.何种情况可以利用因子分析进行数据处理？数据处理方法有哪些？

7.何种情况可以利用聚类分析进行数据处理？数据处理方法有哪些？

8.在校学生生活费用调查(续)：根据已拟定的“在校大学生每月生活费用支出情况”调查问卷进行调查，并利用SPSS 软件，进行被调查对象的基本数据整理和分析。

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第九章 大数据驱动的市场调研**

（一）目的与要求

1.掌握并理解大数据、小数据的定义以及差异特征

2.掌握并理解大数据驱动的市场调研与传统市场调研的区别

3.了解并逐步掌握大数据驱动的市场调研的内容

4.了解并逐步掌握大数据驱动的市场调研的方法

5.通过案例学习，逐步学会大数据驱动的市场调研的应用

（二）教学内容

【引入案例】大数据挖掘技术是否可用于预测赛事结果

1.大数据的概念及其与传统调研的区别

2.大数据驱动的市场调研内容

3.大数据驱动的市场调研方法

4.大数据驱动的市场调研案例

（三）实践环节与课后练习

1.简述大数据的定义与特征。

2.简述大数据与小数据的区别和联系。

3.简述大数据驱动的市场调研与传统市场调研的区别。

4.大数据驱动的市场调研可以运用于哪些领域并解决何种问题？

5.大数据驱动的市场调研方法包括哪些步骤和过程？

6.大数据驱动的市场调研可应用于哪些场景？

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第十章 市场预测原理与步骤**

（一）目的与要求

1.理解市场预测的概念、意义和原则

2.了解市场预测的类型

3.掌握市场预测的步骤

4.了解各种市场预测的方法

5.掌握市场预测方法的选择和应用

（二）教学内容

**【引入案例】中科院预测科学研究中心:2019年我国GDP增速6.3%(思政要素：根据案例，引导学生增加对中国经济发展状况的认识，激发民族自豪感与忧患意识。)**

1.市场预测的概念和类型

2.市场预测的步骤

3.预测方法的选择和应用

（三）实践环节与课后练习

1.选择预测方法和模型时应考虑哪些因素？

2.简述预测误差产生的原因以及提高预测精度的途径。

3.简述市场预测的原理。

4.在校学生生活费用调查（续）：根据调查数据，制定“在校学生生活费用支出情况”预测方案计划，并进一步修改完善“工作计划”。

5.某饮料公司开发了一种新饮料，并有意将该产品在20～30岁的年轻人中进行推广。在新产品投入批量生产前该饮料公司想对市场的销售前景做一个预测，请为该公司拟定一个市场预测步骤。

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第十一章 定性预测方法**

（一）目的与要求

1.掌握各类对比类推法的应用

2.掌握集体经验判断法的应用

3.掌握德尔菲法的应用

4.掌握市场调查法

5.了解其他的定性预测方法和应用

（二）教学内容

【引入案例】2018年中国智能门锁行业前景分析 市场容量超400亿元

1.对比类推法

2.集体经验判断法

3.德尔菲法

4.其他定性预测方法

（三）实践环节与课后练习

1.简述集体经验判断法的程序及优点。

2.什么是德尔菲法？简述其特点与优缺点。

3.什么是购买意向调查法，其适用范围如何？

4.为什么说展销调查法对新产品的销售前景预测十分适用？

5.在校学生生活费用调查(续)：根据调查数据，讨论各类预测方法在“在校学生生活费用支出情况”预测中的优势，并确定最终预测方案，进一步修改完善工作计划

6.有一个通信产品生产企业将推出一款新的手机，请为该企业设计一个“展销调查”方案，以便该企业利用调查结果预测该款新手机的市场前景

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第十二章 时间序列预测法**

（一）目的与要求

1.掌握平均预测法

2.掌握趋势预测法

3.掌握生长曲线趋势外推法

4.掌握SPSS相关应用

（二）教学内容

【引入案例】尼尔森一季度中国消费趋势指数

1.平均预测法

2.趋势预测法

3.生长曲线趋势外推法

4.自回归预测法

（三）实践环节与课后练习

1.简述时间序列预测法的意义和作用。

2.平均预测法、趋势预测法的应用条件有哪些？如何建立、判别最合适的预测模型？

3.简述生长曲线趋势外推法的意义。

4.如何应用生长曲线趋势外推法进行产品生命周期预测？

5.简述ARIMA 模型预测的基本程序。

6.在校学生生活费用调查(续)：根据调查数据，利用SPSS 软件，选择相应的分析模型，预测未来1～2 年“在校学生生活费用支出情况”。

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第十三章 因果分析预测**

（一）目的与要求

1.掌握线性回归分析方法

2.了解非线性回归分析

3.了解经济计量分析方法

4.了解其它市场预测方法

5.掌握SPSS相关应用

（二）教学内容

【引入案例】引流品VS利润品

1.因果分析预测概述

2.回归预测模型

3.经济计量模型

4.其他分析预测方法

（三）实践环节与课后练习

1.因果回归分析的意义和作用。

2.如何分析因素之间是否存在相关关系？相关关系的种类。

3.各类回归模型的应用条件？如何建立、判别最合适的回归模型？

4.经济计量模型预测的基本过程。

5.产品生命周期预测的意义。

6.在校学生生活费用调查（续）：根据调查数据，利用SPSS软件，选择相应的分析模型，对“在校学生生活费用支出情况”进行影响因素分析。

7.某地区近12年消费基金、国民收入使用额和平均人口资料如表13-31所示。要求结合利用SPSS软件：

（1）建立二元线性回归模型；

（2）对回归模型进行显著性检验（ɑ＝0.05）；

（3）当第13年国民收入使用额为 67（10万亿元），年平均人口为58（100万人）时，在ɑ＝0.05条件下，其消费基金的预测区间是多少？

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

**第十四章 市场分析报告**

（一）目的与要求

1.了解市场分析报告的意义和作用

2.掌握市场分析报告的编写原则

3.了解市场分析报告的主要组成部分

4.掌握市场分析报告的编写方法

5.了解市场分析报告的呈现方式

（二）教学内容

【引入案例】2019年三线及以下新兴市场网民触网习惯研究报告

1.市场分析报告概述

2.市场分析报告的结构及形式

3.市场分析报告的撰写

（三）实践环节与课后练习

1.简述市场分析报告的主要组成部分。

2.简述市场分析报告的编写意义。

3.简述市场分析报告的编写原则。

4.在校学生生活费用调查(续)：完成“在校学生生活费用支出情况”调研分析报告。

（四）教学方法与手段

课堂讲授与讨论、多媒体教学。

五、各教环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节**  **教学时数**  **课程内容** | **讲**  **课** | **习**  **题**  **课** | **讨**  **论**  **课** | **实验** | **其他教学环节** | **小**  **计** |
| 第一章 绪论 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第二章 市场调查与预测方案设计 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第三章 二手数据收集 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第四章 市场调查的抽样理论与实践 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第五章 态度测量表 | 2 |  | 1 |  |  | 3 |
| 第六章 市场调查方法 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第七章 问卷设计及调查技术 | 2 |  | 1 |  |  | 3 |
| 第八章 数据处理与分析 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第九章 大数据驱动的市场调研 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第十章 市场预测原理与步骤 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第十一章 定性预测方法 | 2 |  | 1 |  |  | 3 |
| 第十二章 时间序列预测法 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第十三章 因果分析预测 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 第十四章 市场分析报告 | 2 |  | 1 |  |  | 3 |
| 合计 | 28 |  | 4 |  |  | 32 |

六、推荐教材和教学参考资源

1.推荐教材

徐映梅.市场调查理论与方法．北京：高等教育出版社，2018．9

2.教学参考资源

（1）刘一书，周朋，宋微．市场调查与预测[M]．北京：清华大学出版社，2018

（2）杜尔森·德伦．大数金商业世界中的数据价值[M]．北京中国人民大学出社，2016

（3）杜尔森·德伦．大数据掘金：挖掘商业世界中的数据价值[M]．北京：中国人民太学出版社，2016

（4）元明顺，于磊，叶明海．基于大数据驱动的市场研究实验教程[M]．上海：同济大学出版社，2016

（5）张灿鹏，郭砚常．市场调查与分析预测[M]．北京：清华大学出版社，北京交通大学出版社，2013

（6）赵国栋．网络调查研究方法概论[M]．北京：北京大学出版社，2013

（7）简明，金勇进，蒋妍．市场调查方法与技术[M]．北京：中国人民大学出版社，2012

（8）王秀娥，夏冬．市场调查与预测[M]．北京：清华大学出版社，2012

（9）简明，黄登源．市场研究定量分析：方法与应用[M]．北京：中国人民大学出版社，2009

（10）陈启杰，江晓东，吴纪元．市场调研与预测[M]．上海：上海财经大学出版社，2008

七、其他说明

大纲修订人：韩清池 修订日期：2020.11.30

大纲审定人：刘照德 审定日期：2020.12.30