

《市场营销调研》实验教学大纲

一、课程的性质和任务

市场营销调研是一门方法论课程。为了使學生熟练掌握该课程的方法，能够学以致用。除课堂讲授该课程的理论、方法和技巧外，实地调研、模拟实验和上机操作是必不可少的环节。因此，本课程实地调研、模拟实验和上机课的设立，就是要使學生熟练地掌握各种研究方法，能够将各种研究方法运用于市场营销实践中的方案设计与预测，为企业市场营销实践提供事实依据。

二、教学要求与教学方法

《市场营销调研》的全部内容包括市场营销调研的基本思想与概念，市场调研程序与步骤，市场营销调研方法与抽样设计，二手资料和原始资料的收集、整理、分析与处理，问卷设计技术与访问技巧、变量数据的分析、市场调研报告的撰写等，这些内容的系统掌握都要求与实践及实验环节有效结合起来，其中实验教学环节的主要内容包括案例讨论、现场调研（团队形式）、观察法、内容分析、深度访谈、焦点小组座谈、量表设计、数据处理和分析（联系上机，主要工具：SPSS、SAS、结构方程模型）

在教学方法上，采取理论讲解、现场讨论和实践实习穿插进行的方式。理论讲解包括讲授基本原理、方法以及对案例讨论和实践实习的基本要求作出规划。现场讨论包括引导学生对案例进行讨论，对学生为分组实验实践所规划的技术路线进行指导，对案例讨论、实验结果进行点评等。实践实习包括具体安排学生课外进行相关调研活动，指导学生上机进行数据处理和分析等。为了使教学更加充分，在时间安排上，将采取课堂时间和课外时间相结合的方式，课堂时间主要用于理论讲解和现场讨论，其它实践环节包括上机进行数据处理与分析等工作均采取课外进行方式。在实践形式上，将采取个人与团队相结合的形式，论文撰写、上机操作、课堂讨论发言等主要采取个人形式；现场调研前后的相关工作（包括量表设计、收集数据、调研报告的撰写等）以及大案例的讨论等采取团队形式。

三、教学学时分配和安排

见下表：

周次	实 验 内 容	学时数	
		课内	课外
第 2 周	案例讨论一	2	
第 4 周	内容分析		4
第 5 周	访谈提纲设计与深度访谈		3
第 6 周	焦点小组座谈		4

第 7 周	观察法	1	6
第 8 周	实验法	2	2
第 9、10 周	量表设计与问卷调查		6
第 11 周	案例讨论二	1	
第 14 周	上机操作（数据处理与分析）	3	3
第 15 周	上机操作（数据处理与分析）	3	3
第 16 周	上机操作（数据处理与分析）	3	3
第 17 周	上机操作（数据处理与分析）	3	3
第 18 周	调研报告撰写、陈述		4

案例讨论、现场调研（团队形式）、观察法、内容分析、深度访谈、焦点小组座谈、量表设计、数据处理和分析（联系上机，主要工具：SPSS、SAS、结构方程模型）

四、教学内容和要求

案例讨论一：营销调研方法案例

- 1、目的要求：通过案例分析，使学生了解调研方法的重要性，并懂得如何根据调研目标选择调研方法。
- 2、教学内容：2 个相关的案例

内容分析：二手资料的收集

- 1、目的要求：要求学生采取内容分析方法收集二手资料。通过该实践环节的应用，使学生能够区分原始资料与二手资料，并懂得利用各种内部和外部数据库资料来达成资料收集的目的。
- 2、教学内容：播放 10 篇跨国公司的广告，指导学生分析广告的内容，找出属于本土化和全球化的播放点。

访谈提纲设计与深度访谈

- 1、目的要求：要求学生科学掌握深度访谈这一资料收集方法。深度访谈是一手资料收集的一种重要方法，通过本实践环节的应用，学生至少应该学会如何设计访谈提纲，懂得在什么情况下采取结构化访谈，在什么情况下采取半结构化访谈和无结构化访谈，懂得深度访谈的基本技巧，如何辨别深度访谈资料的有效性等。
- 2、教学内容：消费者采取非伦理行为的主要动机，消费者非伦理行为与企业非伦理行为的关系。

焦点小组座谈：

- 1、目的要求：要求学生掌握焦点小组座谈的基本原理和方法，实施步骤，访谈过程中的基本技巧。同时区分深度访谈和焦点小组访谈的异同点。

- 2、教学内容：通过深度访谈，了解 80 后消费者的消费特征。

观察法

- 1、目的要求：观察法是另一种原始资料的收集方法。该部分的实践教学是组织学生到新世界、群光、亚贸等百货商店对顾客进行非参与式观察。通过实地观察，使学生掌握和了解观察法的实施原则、步骤，采用观察法应该注意的问题，观察法的优缺点。
- 2、教学内容：通过对商店的顾客进行观察，了解顾客选购商品的行为特征。

对比实验法

- 1、目的要求：通过实验室实验，使学生掌握实验设计的步骤、方法；学会在实验过程中，如何控制混淆变量。
- 2、教学内容：服务态度的好坏如何影响顾客顾客的满意度。

量表设计与问卷调查

- 1、目的要求：掌握量表与问卷设计过程、技巧。
- 2、教学内容：利用前面焦点小组座谈的结果，将访谈内容设计成 80 后消费者行为特征量表，在此基础上，加入人口统计学因素和其他一些变量编制成问卷，进行问卷调查。

案例讨论二：中国电讯消费者的市场细分

- 1、目的要求：中国电讯消费者的市场细分案例是一个综合型的案例。调查方法涉及到深度访谈、焦点小组座谈和问卷调查法。通过对此案例的分析，使学生了解在实际的市场调研时，需要多种方法配合使用。同时，也使学生进一步了解深度访谈、焦点小组座谈和问卷调查法的作用。
- 2、教学内容：中国电讯是如何运用深度访谈、焦点小组座谈和问卷调查法对消费者进行市场细分的。

上机操作（数据处理与分析）

- 1、目的要求：这一部分主要是力求使学生掌握如可对收集来的数据进行处理和分析。采用的方法是将前面调查来的数据进行处理和分析，使学生

对市场营销的整体脉络有整体上的了解和把握。同时，也学会熟练运用 Excel 和 SPSS 软件进行各种数据处理。

- 2、**教学内容：**这一部分涉及到的内容很多，需要在机房进行上机演示和操作。具体内容包括数据的预处理、描述性统计分析、相关分析、均值检验、回归分析、逻辑回归分析、聚类分析、因子分析、多重反应分析、问卷的质量分析等。

调研报告撰写、陈述

- 1、**目的要求：**了解和掌握调研报告的要求、内容、格式和应注意的问题。
- 2、**教学内容：**任选前面各种方法的调研和数据分析的结果，写成调研报考。