

市场调查实务课程标准

课内学时数：54

适用的专业范围及层次： 全日制现代物流管理、现代物流管理（自招）专业

说 明

一、教学目的与要求

市场调查实务是全日制现代物流管理专业学生必修的专业课。本课程教学的主要目的与任务是：基于市场调查工作过程开发的一门集调查业务知识与实践技能相结合的专业课程。它面向市场调查的全过程和市场调查员岗位，对学生进行市场调查能力的培养，为学生搭建市场调查工作整体框架，并对工作过程各程序进一步细化、强化，提高学生的市场调查岗位的操作技能及调查过程的掌控能力。

二、课程内容和学时分配

课程内容和学时分配表

章 数	内 容	课 时
1	市场调查前准备工作	6
2	市场调查方案设计	4
3	市场调查问卷设计	8
4	抽样调查技术	6
5	调查资料采集的方法	8
6	市场调查的组织实施	4
7	调查数据的整理与分析	8
8	市场调查报告的撰写	10
合 计		54

三、教学建议

基于市场调查实务理论性、实践性强的特点，本课程是现代物流给专业的必修课，本课程以多个项目调查工作任务为驱动，以市场调查实际工作流程为主线，采用教学做一体的教学方式，指导学生完成从调查主题与内容确立、调查方案的设计、调查问卷的设计等准备工作开始到各种调查方法综合应用、实施调查工作的铺开再到市场调查信息的整理分析和调查报告的撰写即调查结果的处理阶段等一个完整市场调查的全部工作，并根据各阶段具体工作的需要，引入相关理论知识，从而让学生在熟练掌握调查的相关基础知识基础上强化调查技能水平的提升。

四、理论教学部分

项目一 市场调查前准备工作

教学目的与要求：

通过本章学习，了解市场调查的含义、特点与作用认知、市场调查的类型和内容、市场调查的基本流程、市场调查机构。能够掌握市场调查的基本流程，能够对市场调查方案进行可行性分析研究，能够解释说明市场基本环境调查的主体内容。

教学内容：

- 1.1 市场调查的含义、特点与作用认知
- 1.2 市场调查类型和内容
- 1.3 市场调查的基本流程
- 1.4 市场调查机构

思政目标：树立正确的市场调查认知，培养职业理想，了解我国优秀调查学者的工作背景及他们对社会所做的贡献，激发学习热情，增强爱国主义情怀

实训 1：市场调研立项、调查计划的制定

项目二 市场调查方案的设计

教学目的与要求：

通过学习，了解市场调查方案设计的意义，熟悉市场调查方案的种类、适用范围，掌握市场调查方案设计的基本内容和方法。能够运用与决策者沟通的方法与委托方接洽，明确调研意图，确定市场调查目标，能够按市场调查方案的内容和结构要求策划市场调查方案，能够撰写市场调查项目计划书

教学内容：

- 2.1 市场调查方案认知
- 2.2 市场调查方案的制定

思政目标：通过调查方案的学习，培养整体规划的良好思维方式，培养踏实务实。追求卓越的工作作风

实训 2：市场调查方案的设计

项目三 调查问卷设计

教学目的与要求：

通过学习，了解调查问卷的作用，熟悉调查问卷的类型和基本结构，掌握调查问卷的设计和编排，能够按照调查问卷设计的程序设计问卷，能够进行调查问卷设计的具体操作。

教学内容：

- 3.1 调查问卷设计认知
- 3.2 调查问卷问题的设计
- 3.3 制作问卷和综合评估

思政目标：通过调查问卷的学习，培养求真务实的精神，在调查问卷设计中培养严谨认真的工作作风，树立尊重他人的正确观念。

实训 3：问卷设计

项目四 抽样调查技术

教学目的与要求：

通过对本章的学习，了解抽样调查的含义、特点和分类，熟悉抽样调查方案的执行程序，掌握抽样调查技术的常用方法。能够对抽样调查方案进行设计，能够根据具体情况运用不同的抽样调查方法。

教学内容：

- 4.1 抽样调查技术认知
- 4.2 抽样调查方案设计的程序
- 4.3 抽样调查的方法

思政目标：通过抽样调查学习，培养去伪存真、追求真理的思维能力，树立吃苦耐劳、持之以恒的工匠精神，激发探索自然和人类奥秘的热情。

项目五 调查资料采集的方法

教学目的与要求：

通过本章学习，了解市场调查方法选择的意义，熟悉各种市场调查方法的种类，掌握各种市场调查方法的流程，能够根据不同项目任务的要求选择市场调查方法，能够灵活运用各种市场调查方法。

教学内容：

- 5.1 文案调查法，
- 5.2 实地调查法——访问法
- 5.3 实地调查法——观察法
- 5.4 实地调查法——实验法
- 5.5 网络调查法

思政目标：通过收集调查数据，培养团队合作意识，遵守市场调查人员职业道德，履行职业责任，努力服务社会。

实训 4：二手资料的收集与分析

实训 5：实地调查（访问法、观察实训；网络调查法实训）

项目六 市场调查的组织实施

教学目的与要求：

通过本章学习，了解调查队伍的构成，熟悉调查员应具备的基本素质，熟悉调查员培训的内容、方式及应注意的一些关键问题。掌握市场调查管理控制的基本要点，能够掌握组织实施市场调查的工作流程，能够针对调查项目对调查员进行培训，能够具备管理控制市场调查的能力。

教学内容：

- 6.1 组建调查队伍
- 6.2 对调查员的培训
- 6.3 管理控制市场调查

思政目标：通过市场调查组织实施的学习，培养吃苦耐劳的工作精神，培养组织实施、计

划执行的能力，培养严谨的工作作风

项目七 调查数据的整理与分析

教学目的与要求：

通过本章学习，了解市场调查数据整理的含义和程序，了解市场调查资料的审核内容，熟悉市场调查资料的编码与汇总，掌握市场调查资料的分析方法，能够对市场资料进行整理，能够对调查资料进行编码与汇总，能够利用统计图和统计表对市场调查数据进行展示和分析。

教学内容：

- 7.1 认知资料的整理
- 7.2 确认市场调查资料
- 7.3 市场调查资料的编码和汇总
- 7.4 市场调查资料展示
- 7.5 市场调查资料分析

思政目标：根据数据整理基本方法的学习，培养对市场数据进行分类汇总，能将市场调查理论与实际相结合的描述分析能力。通过整理与分析我国相关行业数据，结合我国相关政策，了解时事政治，正确认识国情，激发爱国热情。

实训 6：市场调查资料整理与分析

项目八

教学目的与要求：

通过学习，了解市场调查报告的意义和特点，熟悉市场调查报告的基本格式和内容，熟悉市场调查报告的编写要求，掌握市场调查报告的沟通技巧，能够按程序完成市场调查报告的撰写，能够独立撰写市场调查报告。

教学内容：

- 8.1 市场调查报告认知
- 8.2 市场调查报告的内容与格式
- 8.3 市场调查报告的写作技巧
- 8.4 市场调查报告的沟通

思政目标：培养学生理性客观、追求真理的工作态度。通过整个市场调查过程，培养学生的动手实践能力

实训 7：市场调查报告撰写实训

五、建议使用教材及主要参考书

宋文光编《市场调查与分析》（第二版），高等教育出版社，2019年

柴庆春等编《市场调查实务》（第三版），中国人民大学出版社，2014年

[美]菲利普·科特勒. 营销管理. 梅汝和等译. 北京：中国人民大学出版社，2006。

刘玉玲主编《市场调查实务》，科学出版社，2007年

《中国经营报》报刊

中国营销传播网 www.emkt.com.cn;

中国大学 MOCC 浙江财经大学《市场调研》

中国大学 MOCC 南京邮电大学《市场调查与研究》

编制人：陈晓

2025 年 9 月 1 日