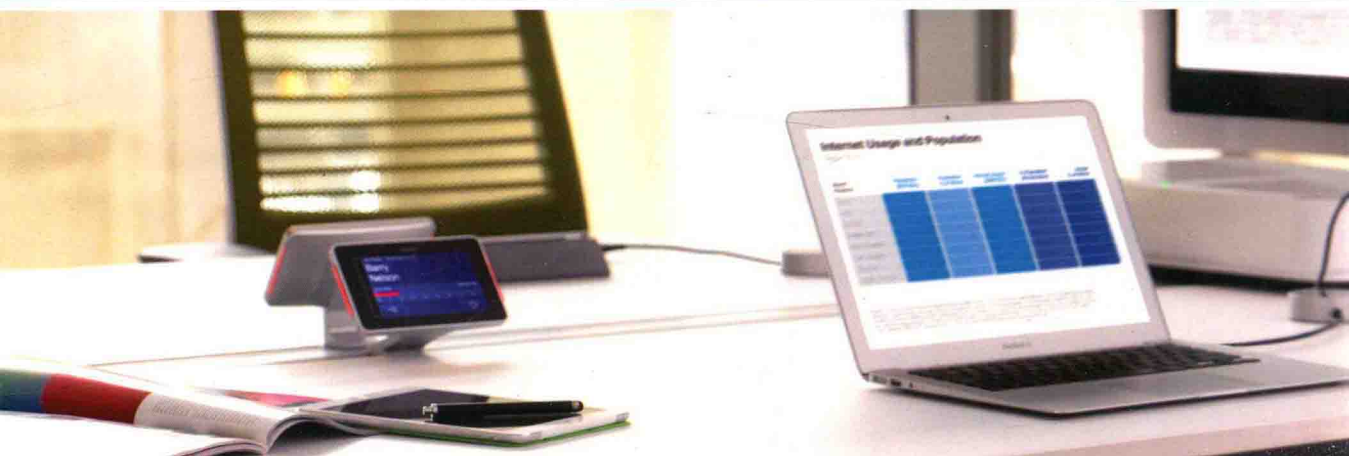




全国高职高专规划教材 · 文秘系列

信息收集与处理

SECRETARY



XINXI SHOUJI YU CHULI

主编 张少芳



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

全国高职高专规划教材·文秘系列

信息收集与处理

主 编 张少芳

副主编 李 惠 刘立莹 刘金培



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

《信息收集与处理》一书融入“项目导向,任务驱动”的职教理念,以信息收集的主要的、常见的方法(网络法、问卷法、文献法、访谈法和观察法)作为大的项目统领全书,具体项目以工作过程为导向,以工作任务为载体展开,每个项目中的任务体现了完成每个工作项目的具体内容和步骤过程。本书坚持以“理论够用”为原则,强调操作性和实用性,教材内容实训篇幅比重大,目的在于培养学生信息收集、信息处理、与人合作等职业核心能力。

本书适用于文秘、市场营销、社区管理等社会工作和公共管理类专业以及全校公共课教学,也可作为成人高校学生、本科二级学院学生和对信息收集与处理有兴趣的其他读者自学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

信息收集与处理/张少芳主编. —北京:北京大学出版社,2013.10

(全国高职高专规划教材·文秘系列)

ISBN 978-7-301-23272-9

I. ①信… II. ①张… III. ①信息—收集—高等职业教育—教材②信息处理—高等职业教育—教材 IV. ①G202

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 228280 号

书 名: 信息收集与处理

著作责任者: 张少芳 主编

策 划 编 辑: 周 伟

责 任 编 辑: 周 伟

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-23272-9/G · 3714

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754934 出版部 62754962

印 刷 者: 三河市北燕印装有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 14.25 印张 347 千字

2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

当今社会是一个瞬息万变的信息社会,各类企业要想立足于不败之地有赖于信息的收集与处理。信息意味着财富、机遇和发展,谁先掌握信息,谁就具有竞争优势。如何用最快的速度收集和处理利用各种信息,已成为企业提高生存、竞争和发展能力的关键;收集信息、处理信息和利用信息的能力已经是信息社会劳动者必须掌握的终身技能。

为了使高职高专院校学生适应信息时代的需要,培养学生敏锐的信息意识及高度的信息素养,培养和提高学生信息收集与处理的能力,使其能够迅速准确地收集与处理所需信息,掌握信息收集与处理的方法,我们编写了这本教材。本书的编写特色主要有以下三个方面。

1. 突出“项目导向,任务驱动”的理念。以信息收集与处理的主要的、常见的方法(网络法、问卷法、文献法、访谈法和观察法)作为大的项目统领全书,具体项目以工作过程为导向,以工作任务为载体展开,每个项目中的任务体现了完成每个工作项目的具体内容和步骤过程。

2. 注重实际工作方法的训练和能力培养。本书坚持以“理论够用”为原则,强调操作性和实用性,教材内容实训篇幅比重大,实务训练是每个项目的学习重点,目的在于培养学生实际运用各种信息收集方法,并对运用各类方法收集的信息加以处理运用的能力。

3. 内容体现职业活动的特点。本书的组织编写针对高职学生的特点,围绕职业教育的目标编写,纠正和调整了很多只适用于普通高等教育而不适用于高职教育的内容,教材内容的编排按照项目任务完成过程所需的知识进行,保持了职业活动的完整性,不盲目追求教材的系统性和完整性。值得一提的是,本书较一般的社会调查的教材增加了网络化时代使用频率最高的网络法信息收集与处理。

本书适用于文秘、市场营销、社区管理等社会工作和公共管理类专业以及职业院校全校公共课的用书,也可作为成人高校学生、本科二级学院学生和对信息收集与处理有兴趣的其他读者自学参考用书。

本书由天津职业大学张少芳担任主编,天津中医药大学李惠、天津职业大学刘立莹、安徽大学刘金培担任副主编,具体编写分工如下:张少芳负责前言、项目一、项目三、项目四和项目六的编写;李惠负责项目二和项目七的编写;项目五由李惠和张少芳二人共同编写。刘立莹和刘金培参加了本书部分案例的提供及基础资料的收集与整理工作。天津职业大学刁滢同学在后期统稿定稿中做了大量的文字校对工作。

在编写过程中,本书充分吸纳了行业专家和兄弟院校同行专家的建议与意见;天津职业大学王中州老师在教材整体设计中做了大量的工作,提出了中肯的意见;天津职业大学的钟

强老师给予了大力的支持和帮助；同时，本书也借鉴和吸收了有关教材和学术界的研究成果，参阅了大量网站资料，由于联系的不便，无法与原稿作者一一进行沟通，在此一并表示衷心的感谢。

由于作者水平有限，加之时间仓促，恐怕多有粗疏和不妥之处，敬请广大师生和读者指正，以期对本书的不断完善。

张少芳

2013年5月于天津

目 录

项目一 信息收集与处理认知	(1)
任务一 认知信息	(2)
任务二 认知信息收集的类型	(4)
任务三 信息收集与处理的过程	(5)
项目二 信息收集前期的准备	(20)
任务一 选择确定调查课题	(21)
任务二 设计社会调查的总体方案	(25)
任务三 社会测量和操作化	(30)
任务四 确定调查对象	(36)
项目三 网络法信息收集与处理	(40)
任务一 法律法规信息收集与处理	(41)
任务二 专利信息收集与处理	(48)
任务三 标准信息收集与处理	(61)
任务四 论文、图书信息收集与处理	(75)
任务五 统计信息收集与处理	(82)
项目四 问卷法信息收集与处理	(95)
任务一 设计调查问卷	(96)
任务二 抽取调查样本	(104)
任务三 实施问卷调查	(110)
任务四 回收统计问卷信息	(120)
任务五 撰写市场调查报告	(132)
项目五 文献法信息收集与处理	(141)
任务一 分析待查项目,明确主题概念	(142)
任务二 确定检索工具和检索途径	(145)
任务三 文献的摘取	(150)
任务四 审核整理文献资料	(152)
项目六 访谈法信息收集与处理	(165)
任务一 制订访谈计划、访谈提纲	(166)
任务二 进行访谈准备	(175)

任务三 进行现场访谈	(177)
任务四 撰写访谈记录和访谈报告	(192)
项目七 观察法信息收集与处理	(209)
任务一 做好观察准备	(210)
任务二 实施观察	(214)
任务三 观察资料处理	(219)
参考文献	(222)

C

项目一

信息收集与处理认知



学 习 目 标

知识目标 通过本章的学习,使学生认识信息的重要性,了解信息收集的类型,了解信息收集与处理的过程。

技能目标 通过学习并运用相关知识点,使学生掌握信息的重要性,培养学生的信息意识,掌握信息收集处理的过程,为学习掌握其他各项目内容打下良好的基础。



项 目 概 述

当今社会是一个瞬息万变的信息社会,各类企业要想立足于不败之地,有赖于信息的收集与处理。同样,在职场中,只有擅长信息收集与处理的人才能最终成为赢家。秘书人员作为领导的参谋助手,要为领导及时、准确、全面地做好信息工作。因此,牢固掌握信息收集与处理的基础理论和基本技能,并能在实际工作中加以灵活运用,秘书工作才能游刃有余、得心应手。

在项目一中,教师带领学生掌握什么是信息,信息的重要性,信息收集的类型,并了解信息收集与处理的过程。



学 习 导 航

任务一 认知信息

任务二 认知信息收集的类型

任务三 信息收集与处理的过程

任务一 认知信息

一、信息的概念

信息作为一个科学术语被提出和使用,可追溯到 1928 年 R. V Hartly 在《信息传输》一文中的描述。他认为:信息是指有新内容、新知识的消息。目前对“信息”这个概念的描述很多很繁杂,一般来讲,可分为狭义的信息和广义的信息。狭义的信息包括形式化信息和效用信息。所谓效用信息,就是某些人在定义信息时要求的具有新颖性、价值性等特点的信息,以及那些被人们认为具有某种经济、政治、军事或其他社会价值的信息。广义的信息包括狭义的信息以及目前被很多学者认为属于信息的东西,如被表述出来的感觉和认知、书本知识、各种数据资料、消息以及一些尚未被辨识的事物之间的某些联系等。

二、信息的特征

1. 可识别性

信息是可以识别的,对信息的识别又可分为直接识别和间接识别。直接识别是指通过人的感官的识别,如听觉、嗅觉、视觉等。间接识别是指通过各种测试手段的识别,如使用温度计来识别温度、使用试纸来识别酸碱度等。不同的信息源有不同的识别方法。

2. 转载性

信息本身只是一些抽象符号,如果不借助于媒介载体,人们对于信息是看不见、摸不着的。一方面,信息的传递必须借助于语言、文字、图像、胶片、磁盘、声波、电波和光波等物质形式的承载媒介才能表现出来,才能被人所接收,并按照既定目标进行处理和存储。另一方面,信息借助媒介的传递又是不受时间和空间限制的,这意味着人们能够突破时间和空间的界限,对不同地域、不同时间的信息加以选择,增加利用信息的可能性。

3. 不灭性

不灭性是信息最特殊的一点,即信息并不会因为被使用而消失。信息是可以被广泛使用、多重使用的,这也导致其传播的广泛性。当然,信息的载体可能在使用中被磨损而逐渐失效,但信息本身并不会因此而消失,它可以被大量复制、长期保存、重复使用。

4. 共享性

信息作为一种资源,不同的个体或群体在同一时间或不同时间可以共同享用。这是信息与物质的显著区别。信息交流与实物交流有本质的区别。实物交流,一方有所得,必使另一方有所失。而信息交流不会因一方拥有而使另一方失去拥有的可能,也不会因使用次数的累加而损耗信息的内容。信息可共享的特点使信息资源能够发挥最大的效用。

5. 时效性

信息是对事物存在方式和运动状态的反映,如果不能反映事物的最新变化状态,它的效用就会降低。即信息一经生成,其反映的内容越新,价值越大;时间延长,价值随之减小,一

且信息的内容被人们了解了,价值就消失了。信息使用价值还取决于使用者的需求及其对信息的理解、认识和利用的能力。

6. 能动性

信息的产生、存在和流通,依赖于物质和能量,没有物质和能量就没有信息。但信息在与物质、能量的关系中并非是消极、被动的,它具有巨大的能动作用,可以控制或支配物质和能量的流动,并对改变其价值产生影响。

三、信息的分类

信息的分类有许多不同的准则和方法。

按照性质,信息可分为语法信息、语义信息和语用信息。

按照作用,信息可分为有用信息、无用信息和干扰信息。

按照应用部门,信息可分为工业信息、农业信息、军事信息、政治信息、科技信息、文化信息、经济信息、市场信息和管理信息等。

按照携带信息的信号的性质,信息可分为连续信息、离散信息和半连续信息等。

按照事物的运动方式,信息可分为概率信息、偶发信息、确定信息和模糊信息。

按照存在形态,信息可分为数据信息、文本信息、声音信息和图像信息。

四、信息的重要性

信息在现代经济生活中的作用越来越大,已经成为市场竞争的重要手段。对于企业来说,信息的重要性更是不言而喻。缺乏信息,即使有了资金、厂房、物资和能源,企业想要生存和发展也十分困难,因为企业没有生命力。因而,信息是最重要的资源,谁占有的信息多、掌握的信息准确,谁就有了权威,有了制胜的先机。

然而,随着现代社会人们获得信息的渠道越来越广泛,除了报纸、广播和电视等传统渠道,互联网、手机以及目之所及的户外大屏幕等新型渠道的加入,使得人们获取各类信息的途径不断增加,尤其是人们对信息重要程度的认识越来越普及和深入,信息垄断被打破,大量的信息被人们所共享。这里就会出现一个问题,同样的信息为什么有的人可以拿它做出很好的文章,而有的人则听了、看了就过去了,一点痕迹和波澜都没有留下。其实这两种结果反映的正是信息的一个最大特点,即先有事实信息,后有价值判断。对于同样的信息,每个人都有自己的价值判断,这就是“是”与“应该”的区别。就像在当前复杂动荡的国内外经济形势下,公众特别是许多企业界人士通过各种渠道对各种相关信息都很关注,许多的事实信息都摆在眼前,但每个人对这些信息做出的价值判断却不尽相同,有些人从这些信息得出令己悲观、失望的结论,而有些人则对这些信息进行筛选、归纳、分析,为企业找到了一条在逆境中生存发展的路子。

任务二 认知信息收集的类型

一、信息收集的分类

信息收集的类型很多,从不同的角度划分,有不同的调查类型。

根据调查研究的范围,信息收集可分为普查和抽样调查、典型调查和个案调查。

根据调研任务的性质,信息收集可分为理论性调查研究和应用性调查研究。

根据调查研究的作用和目的,信息收集可分为探索性调查研究、描述性调查研究和解释性调查研究。

根据调查的时间性,信息收集可分为横剖式调查研究和纵贯式调查研究。

根据调查的基本方式方法,信息收集可分为统计调查(或问卷调查)与实地研究(或蹲点调查)。

根据调查研究的层次,信息收集可分为宏观调查研究与微观调查研究。

根据调查的区域性,信息收集可分为农村调查与城市调查、地区性调查与全国性调查。

根据调研题目的范围,信息收集可分为综合性调查与专题性调查,前者的内容广泛,后者的内容单一。

根据调查研究的领域,信息收集可分为各种专题调查,如家庭调查、舆论调查(或民意测验)、人口调查、企业调查、市场调查等。

根据资料分析方法,信息收集可分为定性研究与定量研究。定性研究是采用观察、访问等方法收集文字材料,然后对这些材料进行定性分析;定量研究是对由问卷、调查表、统计报表收集来的数据资料进行定量分析。

任何具体的调查研究都不纯粹是某种类型的,如某一项调查可能既具有理论性,也具有应用性;既采取横向分析,也采取纵向分析;既描述现象,也解释现象。

二、常见的信息收集类型

本书着重介绍根据调查研究的范围划分出来的普查和抽样调查、典型调查和个案调查。

1. 普查

普查也称整体调查或全面调查,是为了解总体的一般情况而对较大范围的地区或部门中的每个调查对象都无一例外地进行调查。普查一般是调查属于一定时段上的社会经济现象的总量,但也可以调查某些时期现象的总量,乃至调查一些并非总量的指标。普查涉及面广,指标多,工作量大,时间性强。为了取得准确的统计资料,普查对集中领导和统一行动的要求最高。

普查的特点是:资料准确性、精确性和标准化程度较高,可以统计汇总和分类比较;调查的结论具有很高的概括性和普遍性;普查的调查项目较少,资料缺乏深度;普查所需要的时间、人力和经费很多。

2. 抽样调查

抽样调查是一种非全面调查,它是从全部调查对象中抽选一部分单位进行调查,并据以对全部的调查对象做出估计和推断的一种调查方法。显然,抽样调查虽然是非全面调查,但它的目的却在于取得反映总体情况的信息资料,因而,也可以起到全面调查的作用。根据抽选样本的方法,抽样调查可以分为概率抽样和非概率抽样两类。概率抽样是按照概率论和数理统计的原理从调查研究的总体中,根据随机原则来抽选样本,并从数量上对总体的某些特征做出估计推断,对推断出可能出现的误差可以从概率意义上加以控制。抽样调查常与问卷方法相结合。

3. 典型调查和重点调查

典型调查是指根据调查研究的目的,在若干同类调查对象中选取一个或几个有代表性的调查对象进行系统的、周密的调查研究,从而认识这一类调查对象的本质特征和发展规律,找出具有普遍意义和有价值的经验和值得借鉴的教训。典型调查的优点是了解的事物生动具体,资料详尽,对问题的研究深入细致,调查方法灵活多样。典型调查的调查者可以长期蹲点,深入实际,直接观察,也可以开调查会或进行个别访问,投入的人力也不多。但调查的面较窄,难以反映事物的全貌。在调查中:一是要选好典型,要有代表性,不能以偏概全;二是要具体分析典型产生的环境和客观条件;三是要充分收集和占有材料,反映典型的本来面目,揭示事物的本质和发展变化规律,不能浅尝辄止;四是要根据事物发展的需要、组织管理目标和实际工作的发展趋势,注意典型的推广价值和借鉴价值;五是制定重大决策服务的典型调查,往往采用统计调查或抽样调查等具体方法,以便更加充分全面地占有资料,从而为制定重大决策提供更为翔实的资料。

重点调查是从调查对象的总体中主观选取少数单位进行调查,并通过这些单位的情况来反映总体的情况。重点调查的特点是:调查目的主要是要掌握和了解调查总体的状况;调查对象不一定要有代表性或典型性;调查比较省时省力,调查结果可反映全局情况;适用范围较小,调查项目较少且缺乏深度。

4. 个案调查

个案调查也是从总体中选取一个或几个调查对象进行深入研究,它的作用不是由个体推论总体,而是要深入、细致地描述一个具体单位的全貌和具体的社会过程。与典型调查不同的是,个案调查不要求调查对象具有代表性或典型性,它不试图以少量来概括或反映总体的状况。个案调查是深入研究某个点,抽样调查则是要了解某个面。

任务三 信息收集与处理的过程

一、基础知识

信息收集与处理的一般程序可划分为五个阶段,即选题阶段、准备阶段、调查阶段、研究阶段和总结阶段。

1. 选题阶段

选择一个合适的调查课题并不是一件容易的事,调查课题一经确定,整个调查活动的目标和方向也就随之确定。从一定程度上说,调查课题决定着调查成果的好坏优劣。因此,正确地选择调查课题是做好社会调查的前提。

2. 准备阶段

准备阶段是整个信息收集与处理的起始阶段,其主要任务体现在四个方面。一是明确课题研究的目的、意义和要求。二是选取调查对象。调查信息源于调查对象,除普查以全部个体作为调查对象外,其他的调查只需取其中一部分,甚至一个个体,对于一项具体的调查,部分调查对象的确定是要依据科学的方法选取的,如抽取样本、选择典型或确定个案。三是制订信息收集与处理方案。其主要工作包括设计调查指标和总体调查方案,并对设计的调查方案进行可行性研究。四是组建调查队伍。组建调查队伍是顺利完成调查任务的基本保证。调查者要根据调查任务的大小,选定人员,明确分工,制定纪律,组织训练,认真执行。

3. 调查阶段

调查阶段是信息收集与处理方案的实施阶段,也是最重要的阶段。调查阶段的主要任务是:按照调查设计的要求收集有关的资料;在调查阶段的初期,调查者应尽快打开调查工作的局面,注重材料收集工作的质量;在调查阶段的中期,调查者应注意总结前阶段调查工作的经验与问题,提出新对策,以确保后阶段的调查质量;在调查阶段的后期,调查者要对已有的调查资料进行质量检查和初步整理工作,以便及时发现问题,就地补充调查。

4. 研究阶段

研究阶段是信息收集与处理的深化、提高阶段,是从感性认识向理性认识飞跃的阶段。研究阶段的主要任务是:对相关资料进行审核、整理与统计,区分真假,消除资料中的假、错、缺、冗现象,以保证资料的真实、标准、准确和完整。在此基础上,对审核整理后的材料和统计分析后的数据进行思维与加工,揭示事物的内在本质,说明事物的前因后果,预测事物的发展趋势,做出理论说明。社会调查能否出成果以及成果作用的大小在很大程度上就取决于这个阶段的工作。

5. 总结阶段

总结阶段的主要任务是:撰写调查研究报告;应用调查研究成果;评估调查质量和总结调查工作。

调查研究报告应着重说明调查结果或研究结论,并对调查过程、调查方法以及调查中的一些重要问题等进行系统的叙述和说明。评估调查结果,可从学术角度和社会应用角度评估,其实质是在实践中应用调查结论和检验调查结论的过程。总结调查工作,包括整个调查工作的总结和参与者的个人总结。通过总结,积累成功的经验,吸取失败的教训,为今后更好地进行社会调查打下基础。

二、实务指导

1. 案例示范

案例一 信息收集对企业的重要作用之益达口香糖口味测试^①

大家不要小看口香糖,虽然它体积很小,价格也不是很贵,但这样的口香糖都有很多的牌子,如绿箭、黄箭、白箭、益达、劲浪、乐天、好丽友、魄力、贝洁和海太等。口香糖的消费者群体是很大的,基本上学生都有吃口香糖的习惯,还有中青年吃口香糖也比较多,想一想这一群体消费是多么得乐观。但是,有很多的口香糖牌子,市场竞争是那么得激烈,如果企业想更多地保持现有的市场占有率,并且不断地扩大市场占有率,只有不断地改进产品和推出新产品,不然企业永远都不会前进的,只有灭亡。社会竞争是残酷的,市场是不相信眼泪的。

我们都知道现在市场现有的口香糖口味就只有薄荷、无糖水果味。益达口香糖就很有创新意识,他们把薄荷和水果味混合一体,一个口香糖就能吃出两种味道。他们目前开发了四种新口味,分别是木糖醇无糖蜜桃薄荷味、木糖醇无糖红莓薄荷味、木糖醇无糖猕猴桃薄荷味和木糖醇无糖蜜青柠檬薄荷味。虽然这些味道都很有创意,消费者中有喜欢买有新颖性产品的尝试性,社会是不断地变化的,产品也该不断变化。但是不一定是新的就能让消费者喜欢,就需要做一个市场调查,也叫口味测试。

益达口香糖的访问员就在成都人流量很大的地方找平时喜欢吃口香糖的人,把他们带到茶楼去品尝,做口味测试,再给他们的产品提意见,主要问他们品尝口香糖的味道合适程度和清凉程度,水果味和薄荷搭配合适程度,口香糖的软硬程度。品尝后访问员问他们购买的兴趣程度怎么样。通过几天的口味测试,大部分人都比较喜欢这些口味,只有青柠檬薄荷味不受消费者的喜欢。益达公司收集了这几天的市场调查的结果,可以看出消费者还是喜欢这些口味的。公司现在已经在2007年下半年推出木糖醇无糖蜜桃薄荷味、木糖醇无糖红莓薄荷味和木糖醇无糖猕猴桃薄荷味。益达公司推出这些产品后给自己带来很好的经济利益,而且还扩大了市场占有率,所以,市场调查对企业的发展起到了很大的推动作用,甚至成为关系企业命运成败的关键。

案例二 信息收集对企业的重要作用之丰田凯美瑞汽车调查^②

长期以来,中高级轿车一直都是雅阁在中国内地的销售冠军,为了打破这种格局,丰田公司不惜花重金在各大型城市做调查。丰田公司委托调查公司进行丰田凯美瑞汽车调查。调查对象的选择有很多的限制,首先要限制本人和家人不能在媒体、市场调查公司、汽车销售、广告公司这些行业工作。还有车型的限制,只能选择三厢轿车车主;还有车主年龄和购车年份的限制,而且还要求调查录音,以此来保证调查的真实性。

关于丰田凯美瑞的调查,不光调查凯美瑞,还要调查雅阁、天籁、马自达6、锐志、君越、帕萨特、领域、蒙迪欧、凯旋和御翔。这些车的价位基本都包括市场上19万~30万的中高级轿车。

^① http://blog.sina.com.cn/s/blog_806d83550/00vd0y.html。

^② <http://cache.baiducontent.com>。

调查主要内容是广告效果的研究,就是通过看汽车广告对买车的影响几率有多大,同时让更多的人来了解和购买凯美瑞。

我们调查凯美瑞后,车主就会认为丰田公司的售后服务很好,对公司就会有更好的印象了,他就愿意介绍朋友来买丰田公司的汽车。我们调查其他的轿车,就问消费者这款汽车哪些地方你认为比较好,为什么要购买此车。丰田公司把其他车主的意见收集在一起,看自己的汽车不足的地方,就借鉴过来通过技术去改进,让他们更满意。通过这次调查让那些不知道凯美瑞的车主可以更多地了解它,如果他以后自己换车或者增购汽车,就会考虑买凯美瑞了,像朋友或者亲戚买车,他就会推荐凯美瑞。

2. 案例启示

由以上两个案例我们可以看出信息收集的重要性。新产品的开发和推广需要详尽的市场信息的收集和调查,同样,产品要开拓市场、提高市场占有率,也要靠市场信息的收集和调查。

三、实务训练

1. 实训目的

能够广泛收集案例,认识信息的重要性。

2. 实训要求

- (1) 收集能够体现信息重要性的企业案例。
- (2) 至少收集 2 个体现信息重要性的企业案例。

四、知识回顾

1. 信息的特征有哪些?
2. 做好普查工作应注意哪些问题?
3. 重点调查、个案调查和典型调查有哪些相同点和不同点?
4. 概率抽样有哪些具体方法? 各有何特点?
5. 非概率抽样有哪些具体方法? 各有何特点?
6. 信息收集与处理主要有哪些程序?



拓展资料 1 普查案例

第六次全国人口普查方案^①

为科学有效地组织实施第六次全国人口普查,根据《全国人口普查条例》,制订本方案。

一、总则

(一) 第六次全国人口普查的目的是查清 2000 年以来我国人口数量、结构、分布和居住环境等方面的变化情况,为科学制定国民经济和社会发展规划,统筹安排人民的物质和文化

^① <http://www.shaanxi.gov.cn/0/1/6/17/965/969/86436.htm>。

生活,实现可持续发展战略,构建社会主义和谐社会,提供真实准确、完整及时的人口统计信息支持。

(二)人口普查工作,按照“全国统一领导、部门分工协作、地方分级负责、各方共同参与”的原则组织实施。

国务院和地方各级人民政府设立第六次全国人口普查领导小组及其办公室,领导和组织实施全国和本区域内的人口普查工作。

村民委员会和居民委员会设立人口普查小组,做好本区域内的人口普查工作。

领导小组各成员单位按照各自职能,各负其责、通力协作、密切配合。

(三)人口普查所需经费,由国务院和地方各级人民政府共同负担,并列入相应年度的财政预算,按时拨付,确保足额到位。

人口普查经费应当统一管理、专款专用,从严控制支出。

(四)各级宣传部门和人口普查机构应采取多种方式,积极做好人口普查的宣传工作,为人口普查工作的开展营造良好的社会氛围。

(五)人口普查实行严格的质量控制制度。地方各级人口普查机构主要负责人对本行政区域人口普查数据质量负总责,确保人口普查数据真实、准确、完整、及时。

二、人口普查的标准时点、对象和内容

(六)人口普查的标准时点是2010年11月1日零时。

(七)人口普查对象是指普查标准时点在中华人民共和国境内的自然人以及在中华人民共和国境外但未定居的中国公民,不包括在中华人民共和国境内短期停留的境外人员。

(八)人口普查采用按现住地登记的原则。每个人必须在现住地进行登记。普查对象不在户口登记地居住的,户口登记地要登记相应信息。

(九)人口普查以户为单位进行登记,户分为家庭户和集体户。

以家庭成员关系为主、居住一处共同生活的人口,作为一个家庭户;单身居住独自生活的,也作为一个家庭户。

相互之间没有家庭成员关系、集体居住共同生活的人口,作为集体户。

(十)人口普查登记的主要内容包括:姓名、性别、年龄、民族、国籍、受教育程度、行业、职业、迁移流动、社会保障、婚姻、生育、死亡、住房情况等。

(十一)人口普查表分为《第六次全国人口普查表短表》和《第六次全国人口普查表长表》。普查表长表抽取10%的户填报,普查表短表由其余的户填报。

在境内居住的港澳台和外籍人员,在现住地进行登记,填写供港澳台和外籍人员使用的普查表短表。

(十二)2009年11月1日至2010年10月31日期间有死亡人口的户,同时填报《第六次全国人口普查死亡人口调查表》。

(十三)人口普查表由国务院第六次全国人口普查领导小组办公室(以下简称国务院人口普查办公室)和国家统计局统一制定,各省、自治区、直辖市人口普查办公室负责印发。

(十四)中国人民解放军现役军人及军队管理的离退休人员,由军队领导机关统一进行普查、汇总。

军队各类单位中服务的职工、文职人员、非现役公勤人员以及家属、保姆等,在军队营院内居住的,由军队机关负责普查,普查表移交当地人民政府指定的人口普查机构;不在军队

营院内居住的,由地方人口普查机构负责普查。

(十五) 中国人民武装警察部队,由武警机关负责普查登记,普查表移交当地人民政府指定的人口普查机构。

武警部队各类单位中服务的职工、非现役公勤人员以及家属、保姆等,在武警部队营院内居住的,由武警机关负责普查,普查表移交当地人民政府指定的人口普查机构;不在武警部队营院内居住的,由地方人口普查机构负责普查。

(十六) 驻外外交机构人员、驻港澳机构人员、其他各驻外机构人员以及派往境外的专家、职工、劳务人员、留学生、实习生、进修人员等,由其出国前居住的家庭户或者集体户申报登记。

(十七) 依法被判处徒刑、劳动教养的人员,由当地公安机关和监狱、劳教机关进行普查,普查表移交县、市人口普查办公室。

三、人口普查的宣传工作

(十八) 各级宣传部门和人口普查机构应制订宣传工作方案,深入开展普查宣传。

(十九) 各级宣传部门应组织协调新闻媒体,通过报刊、广播、电视、互联网和户外广告等多种渠道,宣传人口普查的重大意义、政策规定和工作要求,积极营造良好的人口普查氛围。

(二十) 各级人口普查机构要组织开展形式多样的宣传活动,动员社会各界支持、参与人口普查工作。

四、普查指导员、普查员的借调、招聘和培训

(二十一) 每个普查小区至少配备1名普查员,每个普查区至少配备1名普查指导员,原则上4至5个普查小区配备1名普查指导员。

普查员负责人口普查的入户登记等工作,普查指导员负责安排、指导、督促和检查普查员的工作,也可以直接进行入户登记。

(二十二) 普查指导员和普查员应当由具有初中以上文化水平、身体健康、认真负责、能够胜任人口普查工作的人员担任。

(二十三) 普查指导员和普查员可以从党政机关、社会团体、企业事业单位借调,也可以从村民委员会、居民委员会或者社会招聘。借调和招聘工作由县级人民政府负责。

借调的普查指导员和普查员在普查任务完成以前,不得随意更换。

(二十四) 借调的普查指导员和普查员的工资由原单位支付,其福利待遇保持不变,并保留其原有的工作岗位。

招聘的普查指导员和普查员的劳动报酬,在人口普查经费中予以安排,由聘用单位支付。

(二十五) 普查指导员和普查员的借调和招聘工作应于2010年8月底前完成。

(二十六) 普查指导员和普查员的培训工作由县级人口普查机构统一组织进行。普查指导员和普查员经过培训并考核合格后,由县级以上人口普查机构颁发全国统一的证件。培训工作应于2010年10月15日前完成。

普查指导员和普查员执行直接面对普查对象的人口普查任务时,应当出示普查指导员证或者普查员证。

任何单位和个人不得冒充人口普查机构、普查人员进行社会调查或者进行欺诈活动。