



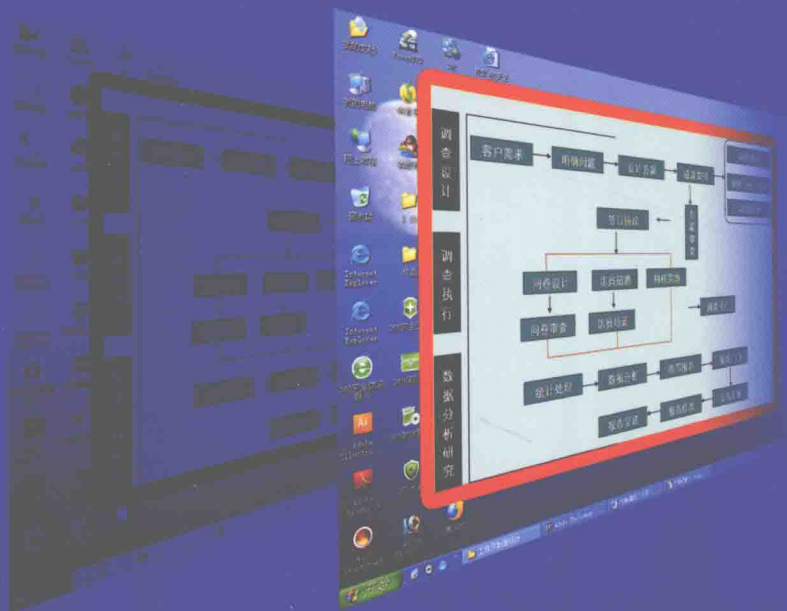
漳州职业技术学院
国家示范性高职院校项目建设成果

丛书主编：李斯杰
副主编：戴延寿
刘继芳

课程与教学改革丛书

市场调研工作页

刘继芳 编著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

高等职业教育市场营销专业学习领域课程教学用书

市场调研工作页

刘继芳 编著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

市场调研工作页/刘继芳编著. —厦门:厦门大学出版社,2010.4
(漳州职业技术学院国家示范性高职院校项目建设成果之课程与教学改革丛书)
ISBN 978-7-5615-3502-8

I. 市… II. 刘… III. 市场-调查-高等学校:技术学校-教学参考资料
IV. F713.52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 069222 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

xmup@public.xm.fj.cn

厦门市明亮彩印有限公司印刷

2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

开本:787×960 1/16 印张:8.5

插页:2 字数:150 千字

定价:16.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

总 序

当前,提高教育教学质量已成为我国高等职业教育的核心问题,而教育教学质量的提高与高职院校内部的诸多因素有关,如办学理念、师资水平、课程体系、实践条件、生源质量以及教学质量监控与评价机制等。在这些影响因素中,不管从教育学理论还是从教育实践来看,课程都是一个非常重要的因素。课程作为学校向学生提供教育教学服务的产品,不但对学生培养的质量起着关键作用,而且也决定着学校核心竞争力和可持续发展能力的高低。

“国家示范性高职院校建设项目计划”的启动,标志着我国高等职业教育进入了一个前所未有的重要的改革与发展阶段,课程建设与教学改革再次成为高职院校建设和发展的核心工作。漳州职业技术学院作为“国家示范性高职院校项目建设计划”的第二批立项建设单位,在“校企合作、工学结合”理念的指导下,经过两年的理性探索与大胆尝试,其重点专业的核心课程从来源到体系、从教学模式到教学方法、从内容选择到评价方式都发生了重大的变革,在一定程度上解决了长期以来一直困扰职业教育中课程设置、教学内容与企业需求相脱离,教学模式、教学方法与学生能力相脱离的问题,特别是在课程体系重构、教学内容改革、教材设计与编写等方面取得了可喜的成果。

漳州职业技术学院的六个示范性重点建设专业采用目前世界上先进的职业教育课程开发技术——工作过程导向的“典型工作任务分析法”(BAG)和“实践专家访谈会”(EXWOWO),通过整体化的职业资格研究,按照“从初学者到专家”的职业成长的逻辑规律,重新构建了学习领域模式的专业核心课程体系。在此基础上,他们将若干学习领域课程作为试点,开展了工学结合一体化课程实施的

市场调研工作页

探索,设计编写了用于帮助学生进行自主学习的学习材料——工作页。工作页作为学习领域课程教学实施中学生使用的主要学习材料,是指导帮助学生完成学习任务的重要工具。工作页体现了鲜明的职业教育特色,实现了学习内容与职业工作要求的直接和有效对接,使工学结合的理论实践一体化教学成为可能。

同时,丛书所承载的编写理念与思路、体例与架构、技术与方法,为我国职业院校的课程与教学改革以及教材建设提供了可资借鉴的思路与范式。



2009年8月8日

前 言

“市场调研”是采用目前世界上先进的职业教育课程开发技术——工作过程导向的“典型工作任务分析法”(BAG)和“实践专家访谈会”(EXWOWO),通过市场营销职业典型工作任务分析和整体化的职业资格研究而形成的一门学习领域课程,也是高等职业教育市场营销、市场咨询与开发专业的核心课程。本课程旨在引导学生完成客户委托的“市场调研”任务,让学生在经历完整的调研工作过程中,培养涵盖专业能力、方法能力和社会能力在内的市场调研与咨询领域的综合职业能力,毕业后能够独立开展市场调研策划和组织实施工作。

《市场调研工作页》是为实现“市场调研”课程目标而编写的学习用书,引导学生以调研项目组为工作团队,在实际调研项目的完成中培养调研策划、调查工具设计、调查数据编辑处理、调查数据初步描述统计分析,以及调研报告撰写和调研结果沟通专业实践能力的同时,启发唤醒自身的问题意识、质量意识、责任意识、细节意识和市场意识,认识到在职业工作中,明确的职责与工作分工,解决问题的勇气与方法,一丝不苟的敬业态度,精诚合作的团队精神对于创造工作业绩的重要性,从而养成受益于整个职业生涯的关键能力。

作为帮助学生开展自主性学习的材料,《市场调研工作页》是引导学生完成市场调研工作任务的重要工具。本书与国内市场营销专业同类教科书相比,在以下三个方面融入了创新元素,形成了鲜明特色:

1. 理念创新。职业教育不仅是让学生学习有限的专业知识,更重要的是让他们学会工作。要实现这个目标,课程和教材就要改变以往的体例与内容,实现学校学习内容与企业职业工作要求的直接

和有效对接,使工学结合一体化课程教学实施成为可能。本书基于企业的一个结构完整的典型工作任务,把学生直接带入企业工作“情境”,引导学生完成市场调研工作任务,通过工作实现自主学习和主动学习,通过工作训练工作技能,积累工作经验,从而学会工作。

2. 内容创新。为了践行上述工学结合的现代职业教育理念,全书以企业的“市场调研”这一典型工作任务为载体,根据企业市场调研工作实际,把调研项目的完成过程分为调研策划、调查方法与调查工具设计、调查数据处理与基本统计分析、调研结果及其沟通四个阶段,每个阶段又包含若干个学习性工作任务,四个阶段共涵盖了从组建调研项目团队到撰写书面调研报告在内的15个学习性工作任务。

本书不提供或不全部提供系统的专业知识信息,只是引导学生去完成一个个实际的工作任务,让学生养成在工作中遇到问题时自觉查阅资料给予解决的习惯,以及在浩瀚的信息海洋中查找筛选所需信息、与信息占有者有效沟通、自主计划与完成学习与工作任务的能力。

3. 体例创新。《市场调研工作页》彻底打破了以往学科体系的教材编写体例,进行了全新的尝试。体例创新首先体现在目录设计上,改变了以往“编、章、节”的目录表现方式,采取“阶段、任务”表述形式,更贴近工作实际。其次,在每一个任务完成过程的设计上,采用一段段的引导课文承上启下,营造工作情境与职业氛围,把完成工作任务的各个环节有机的连接起来。第三,“案例”、“调研实践”和“小提示”的编写既为学生的学习与工作提供了参考和借鉴,也增强了本书的趣味性和可读性。

本书的使用对象主要是高等职业院校“市场营销”、“市场咨询与开发”专业的学生,读者对象是致力于职业教育课程与教学改革的教育工作者和企业兼职教师。

本书的设计与编写,对于编者无疑是一个前所未有的挑战。好在有专家学者的指导与点拨,有学院领导的关注与支持,有家人的

理解与鼓励,所有这一切都为本书的编写完成注入了动力。在此,对给予本书的编写出版提供帮助的学院领导和同仁表示最诚挚的谢意!

由于作者对职业教育理念的理解程度有限,职业教育课程开发的经验不足,市场调研工作的经历不够,写作中尽管对每个阶段、每个任务都经过了仔细斟酌,力求表述清楚,易于理解,但不妥之处在所难免,期望与同行探讨,不断修订。

编 者

2009 年 12 月

致同学

亲爱的同学：

你好！

欢迎你跟随《市场调研工作页》的引导，走进市场调研实践，开始市场调研全过程的工作尝试。

拥有满意、稳定的消费者群体可以给企业带来稳定的收入和利润，是企业成功的基础。为消费者提供最大价值和有效出色的服务，始终是市场营销人员要恪守的重要原则和工作目标。市场调研是企业了解市场和把握消费者需求的重要工具，是建立和维持长期顾客关系的手段。

现代市场营销领域遵守“恰当”原理，即在恰当的地点、恰当的时间、以恰当的价格、使用恰当的方式，把恰当的商品或服务卖给恰当的人。企业管理者和营销人员要对许多最终影响营销成功的因素进行控制。其实，营销的成功，需要控制的不外乎两个因素，一是企业内部的营销组合，二是企业外部的营销环境，进而作出恰当的决策。而这一切都要以真实准确的市场信息为依据，市场调研是获取这种信息的有效渠道，是辅助企业高层管理者作出恰当决策的基本工具。

因此，无论是对于企业的各级管理者，还是对于营销人员，熟悉和掌握市场调研的方法与技术都是非常必要的。

“市场调研”是采用目前世界上先进的职业教育课程开发技术——工作过程导向的“典型工作任务分析法”(BAG)和“实践专家访谈会”(EXWOWO)，通过市场营销职业典型工作任务分析和整体化的职业资格研究，而形成的一门学习领域课程，也是高等职业教育市场营销、市场咨询与开发专业的核心课程。本课程旨在引导你们完成客户委托的“市场调研”任务，让你们在经历完整的调研工作过程中，培养涵盖专业能力、方法能力和社会能力在内的市场调研与咨询领域的综合职业能力。

《市场调研工作页》是为实现《市场调研》课程目标而编写的，它将引导你们以调研项目组为工作团队，在实际调研项目的完成中养成调研策划、调查工具设计、调查数据编辑处理、调查数据初步描述统计分析，以及调研报告撰写和调研结果沟通专业实践能力的同时，启发唤醒你们的问题意识、质

量意识、责任意识、细节意识和市场意识,让你们认识到在职业工作中,明确的职责与工作分工,解决问题的勇气与方法,一丝不苟的敬业态度,精诚合作的团队精神对于创造工作业绩的重要性,从而养成受益于整个职业生涯的关键能力。

《市场调研工作页》不同于以往你们使用过的教科书,它不仅仅是让你们学到有限的专业词汇、概念和原理,更重要的是引领你们步入市场,走进市场调研职业工作领域,让你们从一个调研领域的初学者逐渐成长为调研能手,毕业后能够独立开展市场调研的策划及组织实施工作。

为了让你们的学习更加顺利,希望你们能够了解和做到:

第一,明确学习目标,完成学习任务

翻开本书后,你们要仔细阅读和理解“市场调研”课程描述一览表,了解你们将面临的学习与工作任务;完成任务中你们将与什么人、什么事、什么工具、什么方法打交道;开展工作的组织方式以及要达到的基本要求等。尤其要明确学完本门课程后要达到的学习效果和实现的学习目标,也就是学完本门课程后,你们要学会做什么,能够独立完成什么工作任务,能够拿出什么学习与工作成果,等等。另外,还要关注一下本门课程的学业监控与评价方式及特点哦,这可是你们最关心的事情!

第二,自主学习,主动工作

你们永远是自己学习的主人,老师首先是你们学习的合作者,为你们的自主学习提供充分的空间:要确定一个什么样的调研项目,选择什么调查方法,如何安排整个调研进程等等,都需要你们自己来设计来策划;老师也会让你们之间有更多沟通与合作、参与学习过程评价的机会。老师还是你们学习的支持者,他们会在需要时,指导你们搞好学习与工作计划,有序把握和推进学习与工作进程。

第三,把握引导课文,用好工作页

每个阶段的学习任务都有相应的学习目标和学习内容,你们要根据这些目标去安排自己的学习,评价自己的学习效果;每个学习任务下都配有若干段引导课文,你们要习惯在引导课文的帮助下,尽量独立自主地查阅文献资料,掌握工作过程知识,完成每个学习性工作任务;你们也应当大胆地展示自己,积极参与团队的学习与工作活动,密切合作,吃苦耐劳,共同解决各种难题;你

们还要学会客观地评价自己和别人的工作表现与成绩,及时总结和反馈工作情况;工作中自觉遵守有关调研伦理和职业道德。

预祝你们的学习取得成功,毕业后成为市场营销及调研领域的行家里手。

编者

2009年12月

目 录

总序	
前言	
致同学	
“市场调研”课程描述一览表	1
“市场调研”课程学习任务结构图	5
第一阶段 调研策划	6
任务 1-1 组建调研项目团队	7
任务 1-2 确定调研课题	13
任务 1-3 设计调研方案	18
任务 1-4 设计抽样方案	25
第二阶段 调查方法与工具设计	36
任务 2-1 调查问卷设计与问卷法	37
任务 2-2 焦点小组访谈设计与访谈法	51
任务 2-3 观察记录表设计与观察法	61
任务 2-4 二手资料收集与案头调查法	66
第三阶段 调查数据处理与描述统计分析	71
任务 3-1 数据的确认与编辑	73
任务 3-2 数据的编码	79
任务 3-3 数据的转换与录入	89
任务 3-4 数据的制表和图形化	92
任务 3-5 数据的描述统计	100
第四阶段 调研结果及其沟通	106
任务 4-1 撰写书面调研报告	107
任务 4-2 策划与组织调研报告会	114
致老师	120
后记	122
参考文献	123

“市场调研”课程描述一览表

学习领域	市场调研	时间安排	72 学时
典型工作任务描述			
<p>市场调研与咨询企业,或企业的市场调研部门在接受来自客户委托的市场调研任务后,在明确客户调研意图与要求的基础上,进行调研的准备与策划;成立调研项目团队,确定调研题目,制定抽样计划,进行调研经费预算,设计调研方案,委托与被委托双方共同协商,签订项目委托书。市场调研与咨询企业或企业的市场调研部门以调研方案和项目委托书为依据,根据双方所选定的调查方法,设计调查工具。运用所设计的调查工具,组织实施市场调查,收集所需的第一手和二手资料,进行调查资料的处理与基本统计分析。根据调查所提供的数据,撰写书面调研报告,组织召开调研报告会,与委托方有效沟通调研结果。对整个调研过程实行质量控制与管理,高质量完成客户委托的调研任务。</p>			
学习目标			
<p>让学生在完成真实的调查项目的过程中,掌握胜任市场咨询企业或企业市场调研部门职业工作的专业能力——调研的核心方法与技术;通过发现问题和解决问题培养方法能力;通过小组自主管理式学习和落实客户要求,培养责任、质量、细节和规范意识,学会有效沟通与合作,培养社会能力;最终养成胜任市场咨询企业或企业市场调研部门、营销部门工作的综合职业能力。</p> <p>通过本门课程的学习,学生应该能够:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据委托方的要求,组建胜任调研任务的调查项目团队,指定项目负责人,明确调研任务与职责。 2. 与委托方共同协商,确定调研题目,确定样本规模,制定抽样计划,制订经济可行的调研方案;明确调研任务与分工、确定调研进程与时间安排,做好项目资金预算,签订调研项目委托书。 3. 根据已确定的调研内容,选择合适的调查方法,编制调查工具,如调查问卷、焦点小组访谈策划与访谈提纲、观察记录表等,为调查的组织实施做好充分的准备。 4. 运用所编制的调查工具,组织实施市场调查,收集信息,有效监控与管理调查过程。 5. 对调查数据进行有效处理后,选择合适的统计软件,对调查数据进行基本的描述统计分析,弄清楚,数据告诉了我们什么? 6. 根据得出的调研结论,结合委托方的调研目的,向委托方提出切实可行的建议,并形成书面调研报告。 7. 根据调研项目委托书的约定,召开调研报告会,与委托方有效沟通调研结果。 			

续表

工作与学习内容		
<p>工作对象：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目委托方、企业专兼职教师； 2. 学生策划组、评委组、资料组； 3. 学生主持人、报告人、表演者、观众等； 4. 项目完成过程中与委托方、学生项目组的沟通、问卷调查对象、访谈对象的沟通； 5. 调查课题的确定、调查方案的制定； 6. 调查问卷、访谈提纲、实地观察记录表等调查工具的设计； 7. 焦点小组访谈策划书、调研报告会策划书； 8. 问卷调查现场、访谈表演现场、实地观察的地点与场所； 9. 回收的调查问卷、访谈记录或录音、实地观察记录表； 10. 统计图、统计表； 11. 统计软件、计算机； 12. 调研报告及 PPT； 13. 学生学业评价指标体系。 <p>工作方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目团队主动与委托企业、调查对象沟通； 2. 组建项目调查团队，项目团队集体讨论，分工合作，任务落实到人，责任明确； 	<ol style="list-style-type: none"> 3. 调查方案、调查报告撰写方法； 4. 调查问卷、访谈提纲、实地观察记录表的设计方法； 5. 问卷法、访谈法、角色扮演法、观察法； 6. 统计图和统计表绘制方法； 7. 焦点小组访谈策划书和调研报告会策划书撰写方法； 8. 拍照、摄像； 9. 策划组与评委组、材料组、主持人、表演者、报告人沟通合作； 10. 项目调查过程监控与评价。 <p>工作工具：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 调查方案； 2. 调查问卷、访谈提纲、观察记录表； 3. 焦点小组访谈策划书、评价表、访谈现场； 4. 照相、摄像器材、录音器材； 5. 回收的调查问卷、访谈记录和录音、实地观察记录表； 6. 制作的统计图或统计表； 7. 调研报告； 8. 调研报告会策划书； 9. 调研报告会现场； 10. 学业监控与评价指标（评价表）。 	<p>劳动组织：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客户委托调查任务，双方签订调查项目委托书； 2. 组建调查团队，制定负责人，明确调查任务，责任到人； 3. 项目团队沟通合作，完成项目策划与实施整个过程。 <p>工作要求：</p> <p>总体要求：关注细节、遵守规范、保证质量、团结合作。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够与委托企业、调查对象、团队成员有效沟通，团结合作，密切配合，高质量完成调查任务； 2. 能够制订经济可行的调查方案； 3. 能够根据调查需要设计合适的调查工具； 4. 学习与发挥访谈技巧，取得访谈对象的积极配合； 5. 按照学业考核要求，制定学业监控与评价指标体系； 6. 严格审查和核实原始资料（主要是问卷），细心进行资料的编辑、编码与转换，准确录入计算机； 7. 对数据的统计结果进行集体讨论、科学分析，以得出可靠的结论； 8. 撰写市场调研报告，针对委托企业的需要，提出切实可行的建议。

续表

课程教学组织形式与方法			
1. 课程教学总体原则:行动导向、工学结合。			
2. 课程教学组织形式:项目教学、小组自我管理式学习。			
3. 课程教学方法:项目教学法、引导课文法、角色扮演法、讨论法、口头汇报。			
学业考核与评价			
1. 考核与评价依据:课程教学目标。			
2. 考核与评价内容:学生小组在完成学习性工作任务过程中的学习表现、学习行为、学习成果。			
3. 考核与评价方式:形成性评价与终结性评价相结合。			
4. 考核与评价方法:项目作业、口头汇报、现场实施、角色扮演。			
5. 考核与评价主体:任课教师、企业兼职教师、学生评价小组。			
课程学习内容和要求			
第一阶段	调研策划	时间安排	24 学时
第一阶段任务描述:			
市场调研与咨询企业,或企业的市场调研部门接受来自客户委托的市场调研任务后,在明确客户调研意图与要求的基础上,进行调研的准备与策划:成立调研项目团队,确定调研题目,制定抽样计划,进行调研经费预算,设计调研方案,委托与被委托双方共同协商,签订项目委托书。			
学习性工作任务: 1-1 组建调研项目团队 1-2 确定调研题目 1-3 设计调研方案 1-4 设计抽样方案			
学习目标:			
通过本阶段的学习,学生应该能够:			
1. 根据委托方的要求,组建胜任调研任务的项目团队,指定项目负责人,明确调研任务与职责;			
2. 根据委托方的要求,双方共同协商,确定调研题目,确定合适的样本规模,制订经济可行的抽样方案和调研方案;			
3. 确定调研进程与时间安排,做好项目资金预算,与委托方签订调查项目委托书。			
第二阶段	调查方法与工具设计	时间安排	32 学时
第二阶段任务描述:			
市场调查与研究所依赖的数据资料是从调研对象那里获得的,从调研对象那里获得信息的主要方法有两个:问卷法和访谈法。调查问卷和访谈方案是收集和控制调研信息的重要的“中介”工具,这些工具设计的质量直接关系到资料信息的真实性、准确性和适用性,影响到信息的回收,进而影响到整个调研结果。因此,调研工具设计在市场调研过程中占有十分重要的地位,也是市场调查工作过程中的难点。能够设计优质的调研工具,熟练使用问卷和访谈的方法开展有效的市场调研,是现代企业管理者必备的专业能力之一。			
学习性工作任务:			
2-1 调查问卷设计与问卷法 2-2 焦点小组访谈设计与访谈法			
2-3 观察记录表设计与观察法 2-4 二手资料收集与案头调查法			

“市场调研”课程 学习任务结构图

