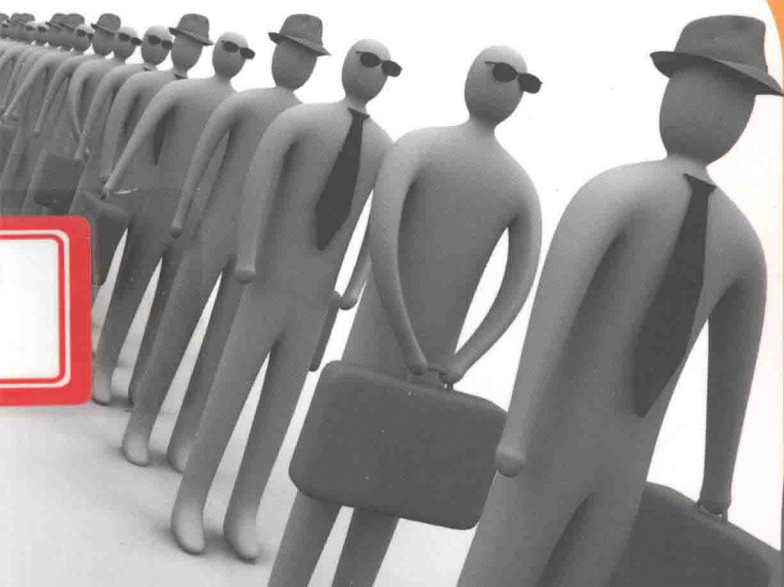


高职高专市场营销专业

工学结合 规划教材

市场调查与分析

赵 轶 编 著



清华大学出版社

高职高专市场营销专业

工学结合 规划教材

市场调查与分析

赵 轶 编 著



清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书是全国首批 28 所高职示范性院校建设项目阶段性成果之一。全书贯彻教育部 2006 年第 16 号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》文件精神,与合作企业共同进行课程开发,以市场调查职业工作活动为主线进行教材的内容设计,借鉴德国“学习领域”课程开发思想,构建了“工作过程导向”特征的“理实一体化”教学素材框架。从课程内容设计的角度,解决了经管类专业“工学结合”切入难的问题。

全书共设计了 10 项学习性职业工作,包括市场调查的观感与认识、市场调查目标的确立、市场调查方案的制订、市场调查方法的选择、市场调查问卷的制作、市场调查活动的组织、市场调查资料的整理、市场调查资料的分析、市场发展趋势的预测、市场调查报告的编写。

本书比较完整地阐述了市场调查职业工作活动,不仅适合高职高专市场营销专业以及其他经济管理类专业教学使用,而且可以作为在职人员参加营销职业资格考试或工作实践的指导用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

市场调查与分析/赵轶编著. —北京:清华大学出版社,2011.8
(高职高专市场营销专业工学结合规划教材)
ISBN 978-7-302-26362-3

I. ①市… II. ①赵… III. ①市场调查—高等职业教育—教材②市场分析—高等职业教育—教材 IV. ①F713.52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 148685 号

责任编辑:康 蓉

责任校对:刘 静

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:16 字 数:382 千字

版 次:2011 年 8 月第 1 版 印 次:2011 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:32.00 元

参 考 文 献

1. (美)小卡尔·迈克丹尼尔. 当代市场调研. 范秀成等译. 北京:机械工业出版社,2005
2. (英)托尼·普罗克特. 营销调研精要. 吴冠之等译. 北京:机械工业出版社,2004
3. 赵轶,韩建东. 市场调查与预测. 北京:清华大学出版社,2007
4. 赵轶. 高职财经管理类专业工作过程导向课程开发. 北京:高等教育出版社,2009
5. 李国强,苗杰. 市场调查与市场分析. 北京:中国人民大学出版社,2005
6. 赵伯庄,张梦霞. 市场调研. 北京:北京邮电大学出版社,2004
7. 龚曙明. 市场调查与预测. 北京:清华大学出版社、北京交通大学出版社,2005
8. 张德斌. 市场调查和预测. 北京:中国经济出版社,2005
9. 姚小远,杭爱明. 市场调查原理与方法. 上海:立信会计出版社,2006
10. 王若军. 市场调查与预测. 北京:清华大学出版社、北京交通大学出版社,2006

高职高专市场营销专业工学结合规划教材

编委会名单

主 任：胡德华(丽水职业技术学院)

编委会成员：

李祖武(安徽工商职业学院)

庞岳红(湖州职业技术学院)

阮红伟(青岛大学高等职业技术学院)

王培才(丽水职业技术学院)

徐汉文(无锡商业职业技术学院)

于翠华(齐齐哈尔大学应用技术学院)

赵 轶(山西省财政税务专科学校)

钟立群(唐山职业技术学院)

秘 书 组：康 蓉(tsinghuakr@126.com)

我们正面临的是一个快速变化的新营销时代,今天的成功经验还没来得及及总结,可能已成为明天进步的障碍。“微利时代”给企业营销提出了新的挑战。

几乎所有的营销者都希望能像阿里巴巴一样,站在一个宝库的门前,念一句“芝麻开门”,就能不费吹灰之力得到里面的“真金白银”。为此,他们也确实下了不少苦工夫去寻找和学习这种本领,然而,无论学习的是菲利普·科特勒和阿尔·里斯的“咒语”,还是大卫·艾克的“法术”,最后大多数人都以失望而告终。因为无论那些“咒语”和“法术”如何精妙灵验,如果没有与企业自身的营销实践相结合,没有运用科学的营销方法与策略,也就百无一用。

因此,所有的营销者都不应忘记,市场上的宝藏有很多,但是在使用那些灵验的“咒语”之前,先要找到适合自己 and 企业的营销理论、方法与策略。只有这样,才能确保行走在营销大道上的营销者,穿越无数可能使他们迷失方向的迷雾与陷阱,最终在市场营销的秘密处所,运用自己学到的“咒语”和“法术”,打开成功营销的大门。

随着我国社会经济又好又快地发展,社会对市场营销人才的需求日益扩大,与此同时,企业在市场上的营销竞争也愈加激烈。因此,能否培养出不仅数量足够,而且素质和技能较高的、能够充分适应和满足企业市场营销需要的营销专业人才,已成为当前我国高职高专院校和市场营销业界必须思考和解决的一个既重要又迫切的问题。

要培养出一支高素质、高技能的市场营销人才队伍,关键要编写出一套体系科学、内容新颖、切合实际、操作性极强的市场营销专业教材。正是基于这样的需要,我们在广泛征求全国高职高专院校市场营销专业的教授、专家、学者、学生,以及企业营销业界专业人士对市场营销专业教材建设的意见与建议的基础上,成立了高职高专市场营销专业工学结合规划教材编写委员会,采用课题研究方式,通过走访企业和多次召开教材编写研讨会,对教材的编写原则、体系架构、编写大纲和基本内容进行了充分的探讨和论证,最后确定了一支由直接从事市场营销专业一线教学和科研工作,既具有丰富的市场营销教学科研经验,又拥有丰富的企业营销实践技能的专家、教授、学者和“双师型”教师组成的编写队伍。

高职高专市场营销专业工学结合规划教材的编写原则与特色如下。

1. 与时俱进,工学结合。本规划教材在充分贯彻和落实教育部教高[2006]16号文件精神的基础上,注重市场营销新理论、新方法和新技巧的运用,充分体现了前沿性、新颖性、丰富性等特点。同时又根据高职高专市场营销专业学生毕业后就业岗位群的实际需要来调整和安排教学内容,充分体现了“做中学、学中做”,方便“工学结合”,满足学生毕业与就业的“零过渡”。



2. 注重技能, 兼顾考证。本规划教材根据营销职业岗位的知识、能力要求来确定教材内容, 着重理论的应用, 不强调理论的系统性和完整性。既细化关键营销职业能力和课程实训, 又兼顾营销职业资格的考证, 并通过大量案例体现书本知识与实际业务之间的“零距离”, 实现高职高专以培养高技术应用型人才为根本任务和以就业为导向的办学宗旨。

3. 风格清新, 形式多样。本规划教材在贯彻知识、能力、技术三位一体教育原则的基础上, 力求在编写风格和表达形式方面有所突破, 充分体现“项目导向、任务驱动”和“边做边学、先做后学”。在此基础上, 运用图表、实例、实训等形式, 降低学习难度, 增加学习兴趣, 强化学生的素质和技能, 提高学生的实际操作能力。同时, 力求改善教材的视觉效果, 用新的体例形式衬托教材的创新, 便于师生互动, 从而达到优化学习效果的目的。

由于编者的经验有限, 高职高专市场营销专业工学结合规划教材对我们来说还是首次探索, 书中难免存在不妥、疏漏甚至错误之处, 敬请营销界的同行、专家、学者和广大读者批评与指正, 以便我们能够紧跟时代步伐, 及时修订和出版更新、更优的教材。

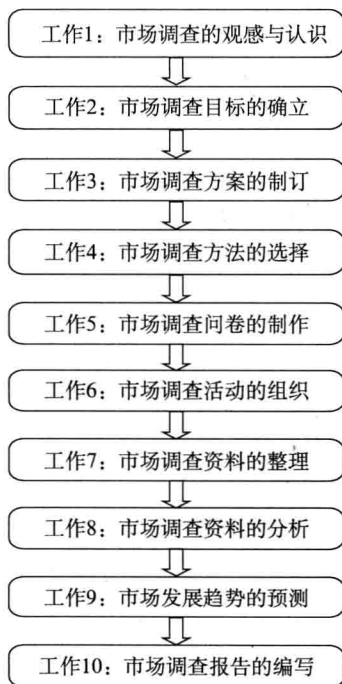
**高职高专市场营销专业工学结合规划教材
编写委员会**

当人们习惯地将高职教育课程当做非常严肃的“学科”进行研究,并试图探寻其理论意义上的规律时,我们已经越来越远地偏离了高等职业教育课程的本质属性;当“另一种类型的教育”成为高等职业教育的身份定位时,我们看清了如何从教育的本真去认识职业教育,也就看到了教育精细化、精致化的未来。

高等职业教育课程应该为学生开辟一条从初学者到熟练从业者的成长之路,其本质属性应该指向实践经验范畴的工作知识。因此,将市场调查从“学科”桎梏中解放出来,依据职业分析,以职业工作活动过程为导向,建立起工作过程知识与职业任务的有机联系,从课程设计角度实现“工学结合”,就成为本书编写的初衷。

2006年,教育部第16号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》文件发布,高职教育改革大幕拉开;2010年7月,《国家中长期教育改革和发展规划纲要》正式出台,高职教育改革风帆正劲。随着时间的推移,改革已越来越多地聚焦于课程建设。在这一探索中,我们必须遵循职业教育规律,寻找课程本源;遵循职业成长规律与学习规律,重构课程内容;运用职业教育技术,进行“工学结合”课程的设计与实施,从而形成一个系统化的课程开发与教学活动过程。为此,我们在教材建设时,应借鉴“学习领域”课程开发的思想,以市场调查职业分析为起点,以市场调查职业典型工作为载体,尊重职业学习规律,以职业工作活动为教材设计主线,强调工作与学习的一体化,突出市场调查职业综合能力的培养。

市场调查职业学习性工作可分为以下10项。





1. 本书在定位与设计方面的特点

(1) 以典型工作任务为载体。通过职业分析,校准教材内容参照,以市场调查职业典型工作任务为载体组织课程内容,形成以工作任务为中心、以工作过程知识为焦点、以学科知识为背景的新型课程内容结构,实现了课程内容由学科结构向工作结构的转变。

(2) 以职业工作过程为导向。遵循职业教育规律,以市场调查职业工作过程为导向设计教材内容,使独立、离散的学科知识内容得到有机串接。同时,建立起知识与职业工作之间的紧密联系,形成了理论教学与实践教学高度一体化的新型课程内容,实现了学科课程向工作过程导向课程的跨越。

(3) 以职业活动为教学情境。列宁说:“生活之树常青,理论是灰色的。”职业教育课程必须生活化,才能摆脱“教室里办商场”的窘境。为此,教材设计了一系列职业活动情境,将学生置于职场中,由传统意义上的教师讲、学生听的被动行为逐步向学生的主动探索行为(完成某项活动)转变。伴随着工作过程,完成“资讯、决策、计划、实施、检查、评价”的学习过程,同时在职业氛围中鲜活地实现了职业教育的育人功能。

(4) 技能与证书衔接。由行业、企业技术专家组成课程开发小组,科学归纳职业典型工作任务,根据职业成长规律,确立学习情境素材并参与教材设计,使学习目标具体、明确、系统,学习内容先进、取舍合理、结构清晰、层次分明,信息传递高效简洁。在方便学生职业技能养成的同时,也兼顾了学生获取相应职业资格证书的需要。

2. 本书在内容策划与编排上的特色

(1) 结构定位。以职业活动顺序为线索,根据行业的实际需要,收集并归纳有关市场调查不同岗位工作环境及其典型工作任务,分析完成这些任务所应具备的社会能力、专业能力和方法能力,以及应该通过哪些实训环节来提高学生的综合能力和职业素养,并以此作为教材结构定位的参照系。

(2) 体系构建。坚持学科知识的掌握服务于能力的构建,围绕职业能力的形成组织课程内容。以工作任务为中心整合相应的社会能力、专业能力和方法能力,不追求学科知识的体系完整,课程内容尽可能地反映市场调查职业工作活动的全貌。

(3) 活动安排。遵循“理实一体化”思想,实现了理论和实践的高度统一。按照工作过程顺序为初学者设计了学习活动,建立起工作任务与知识、技能的联系,增强了学生的直观体验,诱发了其学习的参与性和主动性。同时,在一些关键技能环节,有针对性地设置了一些练习,加大了技能培训的力度,从而方便学生将知识转化为专业性的技能、技巧,提高其解决和处理现实问题的综合能力。

(4) 体例设计。遵循职业教育教学规律。一方面吸纳了国外教学参考书的优点;另一方面则考虑到我国高职高专学生的文化背景和基础教育养成的吸纳知识的习惯,增强了趣味性。在心理结构构建、兴趣动机发展等方面也做了有益的尝试,形成了工作描述,学习目标,情境导入,工作解析,工作活动解析,调查故事,正文,服务于正文的重要工作术语、工作信息、实务借鉴,工作小结、工作过程知识检测等完整的教材功能体系。

(5) 语言运用。在做到学习情境、职业情境与生活情境紧密结合的同时,注意了行文的活泼与优美,使其具有一定的可读性。尽量运用现象化、具体化的语言,使学生可以直观、形象、整体、自我地获取经验,并构建应用知识的框架,从而可以轻松获取实际职业行动能力。

《市场调查与分析》一书由国家示范性高职院校建设领导小组成员、市场营销专业带头人

闫文谦教授审定,赵轶编写全书。在编写过程中,参阅了国内外一些专家学者的研究成果及相关文献,多家校外实训基地和广东省商会馈赠了一些国内外专业营销调研公司的宝贵资料。新加坡南阳理工学院和中国香港职业训练局的一些市场营销专家对教材的设计提出了许多宝贵的建议,在此一并表示衷心的感谢。

高职高专教育课程建设正如火如荼地进行,作为首批立项建设并验收通过的国家示范性建设院校,有义务做出更多尝试,清华大学出版社积极搭建了这一平台。由此,中国高职高专教材建设又向前迈进了新的一步。作为一种探索,尽管我们力求完美,但由于对市场调查职业活动的认识、理解和分析方面难免存在偏差,敬请读者不吝赐教。

编者

2011年5月

亲爱的读者：感谢您选用本书！

2006年，我校被教育部、财政部确立为全国首批28所国家示范性建设院校立项单位，历经三年的建设，于2009年验收通过。三年里，从职业教育“类型”的思辨，到职业教育课程属性的探究，直至“工作过程系统化课程”开发的探索，让我们经历了很多。我们愿与大家一起分享我们的经历和思想，也欢迎大家批评指正。

(1) 职业教育是一种“类型”教育，在我们重新追溯教育本真的同时，也感受到了教育精细化和精致化的内在要求。

(2) 职业教育的“类型”定位决定了其课程属性及课程观。职业教育课程的重心应该是职业工作活动中的实践经验(知识)。

(3) 职业教育课程的属性决定了其课程的来源。职业教育课程开发必须建立在职业分析的基础之上，而非学科知识的简单重组。

(4) 职业教育的课程来源决定了其知识类型。知识有明确知识和默会知识之分，明确知识即是我们熟悉的理论知识；默会知识就是我们常说的实践知识。

(5) 职业教育课程的知识类型决定了其课程的实施形式。理论知识通过记忆即可消化吸收；实践知识有时无法言传，必须依靠理解、领悟和行动，即工作过程系统化课程的实施步骤：“资讯、计划、决策、实施、检查和评价。”

由此，可以看出，职业教育的“定位”、“课程属性”、“课程来源”、“知识类型”和课程实施就是一个连贯、完整的系统。

作为任课教师的个人，也许不能全程参与课程开发工作。但为了课程的实施，我们都会积极参加课程实施培训，认真领会职业教育课程理念。

工作过程系统化课程的核心是基于职业“工作过程”，课程实施的重要途径是将学习活动情境化，课程实施形式是“理实一体”，从而实现职业教育的“形真、意切、寓理其中”。

本书编写的基本要素说明如下。

工作命名 以“工作”命名，按照市场调查与分析职业活动顺序划分的各个环节。试图先入为主，为学习者建立起“学习就是工作”的概念。

工作描述 说明在职业活动中本工作内容是什么，以及在这一工作过程中涉及的过程知识线索。

学习目标 说明在这一工作中，学习与工作要达到目标，分知识目标和能力目标，为工作任务完成后的评价与检测提供依据。

情境导入 说明这项职业工作是在什么环境下进行的，要经历哪些环节。核心是“情节+环境”，为后续的“工作活动”设计提供依据。

工作解析 根据职业教育原理，依照“能力分担原则”，将这项工作分解为具体的任务，实现了“完成分解的任务就完成了整项工作”的



目标,也为这项工作提供了较为精准而不至于太宽泛的知识承载与逻辑线索。同时,也真正实现了职业教育课程设计的“理实一体化”。

工作活动解析 根据工作任务要求,依照职业成长规律,对应每一个工作任务,设计了各项“工作活动”。本书仅对活动内容做了提示性规定,课程实施中,教师还需自行设计或引进具体活动内容。

在这些活动中,“活动1”、“活动2”和“活动3”是认知性活动或单项职业活动。希望通过活动开展,使学生能够获得初步的职业认知,进而具备简单的单项职业能力。

“延伸工作活动”是校企合作项目。通过与校外实训基地企业合作,引领学生深度介入企业实际项目,使学生既能参加市场调查活动实践,又能全面完整地认识职业工作,进而获得策略或经验。

评价标准列出了评价依据。“活动1”、“活动2”和“活动3”建议采用参与度、讨论发言表现等指标进行评价;“延伸活动”则应考虑采用“工作过程六步骤”进行评价。

各项任务中,相关模块的说明如下。

调查故事 为职业初学者准备。刚进大学的学生,尚未确立职业目标。本栏目的目的就是要避免“科技的疏远和生硬”。

重要工作术语 说明这项工作涉及的重要名词术语,体现对理论知识的重组,对应课后“工作过程知识检测”中的“重要工作术语”。

工作信息 说明这项工作涉及的相关知识或操作的技巧与要领。

实务借鉴 列举一些市场调查业务活动实例,通过分析,使学生从中汲取一些经验和教训。

本书使用建议:

模式一:讲练结合,渐进式工作过程六步骤。

本模式中,教师首先对工作描述及工作解析做解释;其次,归纳并精讲每一个任务完成的步骤、过程、方法和应用;最后,依据任务要求,结合当地实际,设计活动的具体内容。其中,“活动1”可以是认知性的简单活动,也可以是一个问题的讨论。目的是要使学生在充分动起来;“活动2”和“活动3”可以是依据任务内容设计的单项职业活动,通过引领学生完成活动,使其获得进一步的职业认知;延伸活动应该是企业的实际项目,这一活动属于市场调查与分析的典型工作任务,应该组织学生按照“资讯、计划、决策、实施、检查、评价”的“工作过程六步骤”来完成。

在本模式中,任务内容的学习是为了完成课后的一系列活动。教师讲、学生练,显现出了经济管理类专业“工学结合”的课程实施特色。活动实施中,教师应该较为精准地提供完成工作任务所需要的资源条件。考核评价主要采取教师评价的方式,任务内容的学习,“活动1”、“活动2”和“活动3”的完成注重结果评价;延伸活动则既注重结果评价,也注重过程评价。

模式二:学生自主,完全式工作过程六步骤。

在本模式中,第一,教师依据课程标准及任务要求,结合当地实际,设计活动的具体内容,同时将工作活动布置给学生;第二,对工作描述及工作解析做解释;第三,组织学生分组,并督促其开始工作;第四,监督学生的工作过程,保证学习性工作能够有效进行;第五,为学生工作过程答疑;第六,组织工作评价。

本模式中,工作活动应该前置。学生为了完成工作活动,开始了自主学习。如获取工作活动的相关信息,制订出活动计划,从中选取最好的一种计划加以实施,实施中遇到问题需要自己检查或请教老师,完成活动后进行自我评价。

本模式中,教师根据职业成长规律和难易程度提前设计有效的工作活动,而且能够为学生提供精确的信息范围和指向。同时,重视学生自主学习的组织,以保障工作与学习活动的有效开展。

本书作为一种探索,初衷是希望能够从教材编写角度尊重课程观,建立起一种“工学结合”的氛围。在课程实施中,能凸显“工作活动”的作用,积极创造条件,鼓励学生高效地参与学习活动,实现学习目标。

编者

2011年5月

后 记

本书完稿之际,适逢教育部、财政部发出关于进一步推进“国家示范性高等职业院校建设计划”实施工作的通知,全国 100 所高等职业院校被确立为“国家示范性高等职业院校建设计划”骨干高职院校立项建设单位。这意味着我国高等职业教育改革将进一步推进,政策的导向、高职院校自身的发展都促进高等职业教育快速回归本位。

我们深知,高等职业教育教学改革是一个漫长的过程。借此,本书兼顾了传统教学行为习惯,也指出了“学习与工作活动”是职业教育课程实施的主要途径,“理实一体”是职业教育课程实施的主要形式。希望能够传播一种理念、一种方法,这也是首批国家示范性建设院校义不容辞的责任。

本书在编写过程中,得到了国内外许多职业教育专家的指导,同时也得到了清华大学出版社对高职教育教材编写探索的鼎力支持,富有职业精神和创新意识的康蓉编辑提了很多宝贵的建议。此外,一些行业、企业专家对职业教育的热忱也令人感动。

感谢所有为中国职业教育事业的未来做出严肃思考并积极付诸行动的人们!

编者

2010 年 8 月

001 工作1 市场调查的观感与认识

任务 1.1 市场调查的认识 / 003

1.1.1 认识市场信息 / 003

1.1.2 认识市场调查 / 004

工作活动 1-1 市场调查观察 / 009

任务 1.2 市场调查工作的认识 / 009

1.2.1 认识市场调查工作 / 010

1.2.2 认识市场调查工作过程要素 / 010

工作活动 1-2 市场调查体会 / 012

任务 1.3 市场调查职业的认识 / 012

1.3.1 认识市场调查职业 / 012

1.3.2 认识市场调查职业工作 / 013

1.3.3 认识市场调查职业工作过程 / 015

工作活动 1-3 认识市场调查工作 / 016

工作1 小结 / 017

工作过程知识检测 / 017

延伸工作活动:认识企业调查工作过程 / 019

学生自我工作总结 / 019

021 工作2 市场调查目标的确立

任务 2.1 明确市场调查意图 / 023

2.1.1 分析二手资料 / 024

2.1.2 访问企业管理决策层 / 025

2.1.3 访问行业专家 / 027

2.1.4 运用定性调查 / 028

工作活动 2-1 市场调查意图分析 / 028

**任务 2.2 分析营销问题背景 / 029**

2.2.1 分析企业的自身条件 / 029

2.2.2 分析企业的环境条件 / 030

工作活动 2-2 营销问题背景分析 / 032

任务 2.3 确定市场调查目标 / 032

2.3.1 确定市场调查目标的注意事项 / 033

2.3.2 建立市场调查假设 / 035

工作活动 2-3 描述市场调查目标 / 035

工作 2 小结 / 036

工作过程知识检测 / 036

延伸工作活动:确定市场调查目标 / 038

学生自我工作总结 / 039

040 工作 3 市场调查方案的制订**任务 3.1 明确市场调查方案 / 042**

3.1.1 明确市场调查性质 / 042

3.1.2 选择市场调查方案 / 044

工作活动 3-1 认识市场调查功能 / 045

任务 3.2 编写市场调查方案 / 045

工作活动 3-2 认识市场调查方案组成 / 050

任务 3.3 修改市场调查方案 / 051

3.3.1 确定调查方案评价标准 / 051

3.3.2 讨论和修改调查方案 / 052

工作活动 3-3 修改市场调查方案 / 053

工作 3 小结 / 053

工作过程知识检测 / 054

延伸工作活动:制订市场调查方案 / 059

学生自我工作总结 / 059

061 工作 4 市场调查方法的选择**任务 4.1 二手资料调查 / 063**

4.1.1 认识二手资料的来源 / 063

4.1.2 确定二手资料的收集步骤 / 066

工作活动 4-1 二手资料调查 / 066

任务 4.2 抽样调查 / 067

工作活动 4-2 抽样 / 073

任务 4.3 实地调查法 / 074

- 4.3.1 访问调查 / 074
- 4.3.2 观察调查 / 077
- 4.3.3 实验调查 / 079
- 工作活动 4-3 实地调查方法运用 / 082
- 工作 4 小结 / 082
- 工作过程知识检测 / 083
- 延伸工作活动:市场调查方法的选择 / 084
- 学生自我工作总结 / 085

086 工作 5 市场调查问卷的制作

- 任务 5.1 设计问卷的问题与答案 / 088
 - 5.1.1 设计问卷的问题 / 088
 - 5.1.2 决定问题的用词 / 091
 - 5.1.3 设计问题的答案 / 093
- 工作活动 5-1 认识问卷问题 / 095
- 任务 5.2 确定问卷的组织与编排 / 095
 - 5.2.1 确定问卷编排的原则 / 095
 - 5.2.2 编排问题与答案 / 096
- 工作活动 5-2 认识问卷问题编排程序 / 098
- 任务 5.3 综合评价与印制问卷 / 99
 - 5.3.1 综合评价问卷 / 100
 - 5.3.2 印制装订问卷 / 102
- 工作活动 5-3 评价问卷 / 102
- 工作 5 小结 / 103
- 工作过程知识检测 / 103
- 延伸工作活动:设计与制作市场调查问卷 / 105
- 学生自我工作总结 / 106

107 工作 6 市场调查活动的组织

- 任务 6.1 组建市场调查工作组 / 109
 - 6.1.1 建立调查项目领导组 / 109
 - 6.1.2 选择市场调查人员 / 110
- 工作活动 6-1 组建调查工作组 / 112
- 任务 6.2 培训市场调查人员 / 112
 - 6.2.1 组织培训工作 / 113
 - 6.2.2 适当选择培训方式 / 113
 - 6.2.3 确定培训内容 / 114