

成都信息工程大学2022版课程教学大纲

课程基本信息										
课程编码	SS105A			学分	2	考核方式		考试		
课程名称(中)	市场调查与预测			总学时	32	考核比例	平时考核	30%		
							期末考核	70%		
课程名称(英)	Market Research and Forecasting			学时分配	讲授	32	课程主管单位	统计学院		
					实验	0	课程负责人(执笔人)	徐琼梅		
授课语言	中文				实习	0	审核人			
					上机	0	编写/修订日期			
适用专业	经济统计学、统计学									
先修/后续课程	先修课程：统计学原理				后续课程：调查实训、统计预测与决策、专业实习、毕业论文					
授课方式	<input checked="" type="checkbox"/> 线下授课 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式授课 <input type="checkbox"/> 线上授课									
中文课程介绍										
<p>《市场调查与预测》是经济统计学、统计学专业的必修课之一。本课程实践性较强，实用性强，课程中的很多理论、方法和技术都可以在实际的市场调查与预测中得到应用。课程结合了市场营销的相关理论，市场调查是市场营销中的一个重要的环节；同时还结合了统计学、多元统计中的知识，将各种统计学方法科学灵活的应用于市场调查实践中。本门课程的知识内容包含了市场调查的作用、市场调查项目从课题提出到策划、实施、分析的整个过程。不仅要告诉学生市场调查的程序，还要引导学生思考为什么而进行市场调查，如何因地制宜灵活运用市场调查的方法；让学生能组织、策划、实施大中型的市场调查项目。在课程教学过程中还应特别注重实践教学，让学生完成一些调查课题的设计实践练习。</p>										
英文课程介绍										
<p>“Market Survey and Analysis”is one of the compulsory courses for the majors of economic statistics and statistics. This course is highly practical and practical. Many theories, methods and technologies in the course can be applied in actual market research and prediction. The course combines the relevant theories of marketing. Market research is an important link in marketing; At the same time, it also combines the knowledge of statistics and multivariate statistics, and applies various statistical methods to the practice of market research. This course not only tells students the procedure of market survey, but also guides students to think why to conduct market survey, how to flexibly use market survey methods according to local conditions; Let students be able to organize, plan and implement large and medium-sized market survey projects. In the course teaching process, it should pay special attention to practical teaching, so that students can complete some design and practice exercises of survey topics.</p>										
教学目标（含课程思政目标）										
培养具有市场调查与预测综合技能的市场调查项目策划、实施人员。具备市场调查与预测理论知识，熟悉市场调查的流程，掌握市场调查的方法、技术，进行市场调查方案策划、调查问卷设计，进行市场调查数据整理、分析，市场调查报告写作，开展市场调查团队构建、项目组织实施。										
可支撑的毕业要求		毕业要求1	毕业要求2	毕业要求3	毕业要求4	毕业要求5	毕业要求6	毕业要求7	毕业要求8	毕业要求9
		具有良好的身体素质和健康的心理素质	具备较强的写作和语言表达能力	具备良好的道德修养、职业素养、法制意识和创新能力	掌握比较完善的数学、经济和金融等基础知识	掌握掌握经济统计学的理论与方法	能够熟练运用现代信息技术，进行统计分析	了解学科专业的发展动态及前沿	具有自主学习和独立思考，创新意识，科学不断学习新知识、新理论的能力	具备一定的团队合作和创业就业能力
目标1	具备市场调查与预测理论知识				√			√		
目标2	熟悉市场调查的流程				√		√			
目标3	掌握市场调查的方法、技术				√		√			
目标4	进行市场调查方案策划、调查问卷设计					√	√			√
目标5	进行市场调查数据整理、分析					√	√			√
目标6	掌握市场预测的理论知识									
目标7	市场调查报告写作		√				√			√
目标8	市场调查团队构建、项目组织实施			√				√		√
教学内容及安排										
章节标题		主要内容（知识点）			参考学时	教学方式、方法		对应课程教学目标		
第一章 市场调查概述	1. 市场调查的历史与现状 ★△2. 市场调查的涵义与作用			1	团队教学、问题导向		目标1			
	★△3. 市场调查的类型与实用领域 △4. 市场调查的原则与步骤 5. 市场调查的机构和人员			1	团队教学、问题导向		目标2、目标7			
第二章 市场调查组织方式	1. 全面市场调查方式 2. 非全面市场调查方式			2	团队教学、问题导向		目标1、目标3、目标4			
	★△3. 抽样市场调查方式			2	团队教学、问题导向		目标1、目标3、目标4			
第三章 市场调查方案策划	1. 市场调查方案策划概述 ★2. 市场调查课题的确定			2	团队教学、案例分析		目标3、目标4			
	★3. 市场调查方案策划的内容 4. 市场调查方案的可行性研究			2	团队教学、课外实践练习		目标3、目标4			
第四章 市场调查问卷设计	★1. 问卷的类型和结构 2. 问卷设计的原则和步骤 △3. 问卷设计技术			6	团队教学、课外实践练习		目标3、目标4			
第五章 传统市场调查方法	1. 文案调查法 2. 邮寄问卷调查法 ★△3. 面访调查法 ★4. 小组座谈法 ★△5. 电话调查法 ★△6. 观察法 7. 实验法			6	团队教学，现场模拟		目标1、目标3			
第六章 现代市场调查方法	1. 计算机辅助电话调查 2. 网络调查			1	团队教学、实践练习		目标1、目标3			
第七章 市场调查数据的处理与分析方法	1. 市场调查数据的处理与分析概述 ★△2. 市场调查数据的处理技术 ★△3. 市场调查数据分析方法			6	团队教学、案例分析		目标5			
第八章 市场预测概述	1. 市场预测的涵义和种类 2. 市场预测的基本原理和原则 3. 市场预测的内容和基本步骤			1	团队教学、问题导向		目标6			
第九章 市场调查分析报告	★△1. 市场调查分析的书面报告 2. 市场调查分析的口头报告			2	团队教学、案例分析		目标7			
实验项目/上机项目/实习项目										
序号	项目名称	实验/上机/实习内容与要求				学时	实验类型	每组人数	备注	
教材与参考书目										
序号	书名			主编		出版社		出版年度		
1	市场调查与预测			蒋志华		中国统计出版社		2021		
2	市场调查方法与应用第二版			朱胜		中国统计出版社		2016		
课程考核										

填写要求与说明

1. 课程的基本信息应与人才培养方案的“附件4：课程设置与教学进程计划表”中所列课程信息一致。
2. 部分单元格的内容请通过下拉菜单的方式填写。表格中的蓝色字体为填写示例。考核比例中的信息应与大纲中“考核环节”中的平时考核总评、期末考核总评比例一致。该比例即为教务系统运行时录入的考核比例。
3. 适用专业：应填写专业名称全称。
4. 线上线下混合式课程参照上级文件要求建设和设置，合理分配线上线下教学学时，教学运行时原则按讲授课时排课。
5. 中、英文课程介绍：简要概述课程的学科和专业背景、主要教学内容、修学读该课程所需的预备知识等。中文字数300-500字。
6. 教学目标：主要表述学生通过课程学习后应掌握的方法、具备的能力，培养学生理想信念、价值取向、政治信仰、社会责任，全面提高大学生缘事析理、明辨是非的能力。凝练课程的核心价值，基于教学目标的刚性、教学内容的思政鲜活性和教学评价的思政底线，开展课程思政工作。先总体概述，再逐条列出各项教学目标，及其每项教学目标可支撑的毕业要求。
7. （1）通识教育必修课程的归口单位可借鉴工程教育认证的通用标准中有关毕业要求的描述，撰写课程对应可支撑的毕业要求。（2）**教学目标要体现课程思政目标。不一定要支撑所有的毕业要求。**（3）专业课程的教学目标所支撑的毕业要求应结合相关专业的毕业要求来进行描述。（4）支撑关系用“√”表示。（5）列数不够，可在最后一列前自行添加。
8. 教学内容及安排：理论课程的主要内容具体到节或知识块。符号“△”表示重点内容，“★”表示难点内容。
9. 工程实践、课程设计、专业实习等实践类课程可适当微调栏目标题，如改为：设计内容、安排与规划、步骤与要求等。
10. 一般以1-4学时为一行信息来填写。虽不限于此，但原则上不超过6学时。
11. 教学方式、方法：填写除传统意义的课堂讲授以外的教学方法与手段，可参考但不限于以下内容：**在线学习、线上线下混合式学习**、团队教学、案例教学、问题导向学习、项目学习、体验式学习、游戏和模拟学习、翻转课堂、分组辩论或讨论、同伴式教学、小组学习、团队展示、角色扮演等。每空格中可填写教学方法或手段。**授课方式选择线上或线上线下混合式，应在此模块有所体现。**
12. 对应课程教学目标：主要内容要对应课程教学目标（填写序号即可）。不留空。可根据需要按章或节填写。
13. **实验/上机/实习项目**：纯理论课程不需填写，请删除此部分。实验类型需用下拉菜单方式填写。单个实验项目原则上不超过4学时，且综合性、设计性和研究创新性实验占总实验学时的比例应不低于50%。上机、实习项目可根据需要微调表格栏目。
14. 教材与参考书目：先填写教材，再填写参考书信息。对部分实践类课程如毕业设计等，该栏目可自行删减或调整。

对应的考核环节		考核环节1	考核环节2	考核环节3	考核环节4	考核环节5	考核环节6	考核环节7	.....	.....
教学目标		设计方案	小组答辩	课堂讨论	课后作业	小组论文	口试	闭卷卷考试	.....	.....
目标1	具备市场调查与预测理论知识				√			√		
目标2	熟悉市场调查的流程	√						√		
目标3	掌握市场调查的方法、技术	√		√				√		
目标4	进行市场调查方案策划、调查	√	√	√				√		
目标5	进行市场调查数据整理、分析				√	√		√		
目标6	掌握市场预测的理论知识							√		
目标7	市场调查报告写作					√		√		
目标8	市场调查团队构建、项目组织	√					√			
考核环节		考核要求/评价细则					考核对象及其分值比例			
							学生个体	团队/小组	小计	总评
平时考核	设计方案	要求学生根据专业背景或知识，拟定一个市场调查题目。按5-6人为一组，讨论调查题目并甄选小组题目，设计一个调查方案和调查问卷。从学生个人和团队的角度分别进行考核。学生个人主要考核其在方案设计过程中的学习态度、对方案设计的贡献度等。团队的考核主要通过考核设计调查方案和调查问卷的质量来体现，小组各成员的得分通过教师评价或学生互评确定，成员的最高得分不超过团队的得分。					2%	2%	4%	30%
	小组答辩	学生分小组，对市场调查方案及调查问卷设计的团队作业进行陈述式答辩，答辩效果、PPT的制作为考核重点。团队成员的成绩由小组组长确定，团队成绩由老师和其他小组评定（取平均值）。						5%	5%	
	课堂讨论	对调查方案和问卷进行课堂讨论、老师点评。						3%	3%	
	课堂作业	课堂作业3次，个人独立完成。					6%		6%	
	课后作业	课后作业2次，小组协作完成。						3%	3%	
	出勤	至少考查出勤3次。					9%		9%	
	闭卷笔试	试题A、B卷各一套，卷面满分100分，闭卷答题，不得携带参考书籍。（不允许使用手机等电子设备）							70%	70%
合计							17%	13%	100%	100%
其他补充说明										

15. 考核环节：可分为平时考核/过程考核、期末考核（名称均可根据课程特点进行修改）。考核环节可参考但不限于以下方式：课堂讨论、出勤、口头报告、课后作业、期中考核、个人答辩、小组答辩、课程论文、设计报告、设计方案、实习报告、实验报告、操作技能、作品展示、口试、闭卷笔试、开卷笔试等。

16. 原则上，平时成绩占比越高，其平时考核环节包含的内容应越丰富，并与课程教学内容密切相关的成果输出（如展示的作品、实验报告、课程论文等）。出勤的占比不宜设置过高。

17. 表中给出了部分填写示例，非模板，请根据课程特点自行修改、调整。

18. 考核要求/评价细则：应描述考核的对象、考核的主题内容、评价的手段和方式、操作规则等，应体现“质”与“量”的要求。  
**如课程为线上线下混合式课程，应在考核环节有所体现。**

19. 分值比例：学生个体、团队/小组等分项标题可根据需要删除或调整。小计、总评栏原则上不能删除。  
小计=学生个体+团队/小组，总评=平时考核或期末考核小计分别累加，合计=平时考核总评+期末考核总评，即对应列的累加，最后两项均应为100%。  
**考核比例中的信息应与大纲中“考核环节”中的平时考核总评、期末考核总评比例一致。该比例即为教务系统运行时录入的考核比例。**

20. 打印前请调整格式美观、字体统一（宋体，黑色，10号）。填写说明勿打印，提交电子版时删除。

20. 打印前请调整格式美观、字体统一（宋体，黑色，10号）。填写说明勿打印，提交电子版时删除。

21. 对于工程实践、专业实习、综合设计、毕业设计（论文）等课程在本模板的基础上，结合课程特点微调课程大纲结构或栏目名称。但主体内容应涵盖和体现课程基本信息、课程介绍、课程教学目标（含对毕业要求的支撑、对应的考核环节等）、课程教学方法与手段（的应用）、课程考核等。