

《市场调查与预测》学生任务清单 6

| | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|----------|-----------------------|---------------------|---------|
| 任务清单名称: | | | 任务所需时间 | | 2 |
| 2-3 调查方案设计——选择市场调研方法 2 | | | 在整体任务中的位置 | | 第 6 次 |
| 项目 团队 | | 上课 时间 | 第 1 周 | 上课地点 (含场地、设备要求等) | |
| 任务 目标 | 能力目标 | | 知识目标 | | 素质目标 |
| | 1. 能根据调研目的、对象、 和内容, 选择合适的方法 | | 各种调研方法的特点、优点 和使用情境 | | 思辨、创新能力 |
| 任务 重点 | 种调研方法的特点、优点和使用情 境 | | 任务 难点 | 根据情况选择方法的能力 | |
| 任务 方法 | 案例法、小组讨论法、资料收集 | | 任务 资源 | 课程 ppt ,教材, 案例 | |

| | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 单元 能力 训练 任务 | 任务6 访问法和观测法的操作化 涉及到描述、判断消费者消费心理、消费行为、消费态度的调查，可以采用访问法 涉及到描述市场现状、服务评价等可以采用观察法。 1 将抽象问题，转化为具体问题 将指称边界不清楚的要素，具体化为边界清楚的要素 将未曾明确约定的、影响要素边界的内容，约定清楚 2 将概念转化为变量 •将研究问题转化为变量间关系 尤其要明白因变量是什么？ •将事物（现象）概念化，将概念转化为……变量 属性清晰 可测量 | | | | | | | |
| | 教学 时间 | 任务 受单 | 任务 试做 | 任务 资讯 | 任务 实施 | 任务 检查 | 任务 评价 | 合计 时间 |
| 任务 实施 过程 | 流程 | 学生工作 | | | | | | |
| | ↓ 任务 受单 | 填写任务名称，要求、目标等 | | | | | | |
| ↓ 任务 试做 | 小组讨论任务，试做、讨论、总结、面对的问题等 | | | | | | | |

| | |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;">↓ 任 务 资 讯</p> | <p>收集资料、课程教师讲解的知识等有助任务完成的资讯</p> <p>请详细复习市场营销学、消费心理学、组织行为</p> |
| <p style="text-align: center;">↓ 任 务 实 施</p> | <p>完成任务活动的组织、分工、过程记录</p> |
| <p style="text-align: center;">↓ 任 务 检 查</p> | <p>小组互查、老师检查 发现的问题</p> |

| | | |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| | <p style="text-align: center;">↓ 任 务 评 价</p> | <p>任务完成评价，解决方案、后续打算等</p> |
| <p>任务 6 访问法和观测法的操作化 活动单</p> | | |
| <p>1</p> | <p>第一步 确定调查目的</p> <p>访问法：了解消费者对某公司某产品的消费者购买行为</p> <p>观察法：了解日照大学城蛋糕店市场现状</p> <p style="color: red;">那么你的项目调查目的是什么</p> | |

第二步 抽象问题具体化（概念化）

“消费者购买行为”

是指最终消费者——为满足个人消费而购买商品和服务的个人及家庭——的购买行为

了解日照大学城蛋糕店市场现状

日照大学城：日照山东路以北，山海路以南，烟台路以东，青岛路以西 的区域

市场现状：规模、布局、营销现状

对你项目中的概念 概念化（边界清晰）。

2

第三步 购买行为（具体问题-现象）概念操作化（）（可测量）

买什么

在什么地方买

怎么买

买多少什么时候买

为什么买

.....

市场现状：

规模（总经营数量、营业面积：楼层、餐桌数、开放货架、保温货架）、

布局（地图、公交、消费群）

营销（产品种类、价位、渠道、促销）

对项目中的边界清晰的问题 操作化（请详细复习市场营销学、消费心理学、组织行为）

| | |
|---|-----------------------|
| 4 | 完成 市场调查方案中，调研方法的修改和撰写 |
|---|-----------------------|