

## 《市场调查与分析》课程单元设计 1

单元名称:				单元教学学时			2	
1-1 寻找调查项目——认识课程				在整体设计中的位置			第 1 次	
授课专业	市场营销	上课时间	第 1 周	上课地点 (含场地、设备要求等)			多媒体教室	
教学目标	能力目标		知识目标			素质目标		
	1. 能选择合适的方法来完成课程学习 2. 能理解市场调查在市场营销中作用		1. 课程内容介绍 2. 课程学习要求 3. 课程考核标准 4. 认识市场调研 5. 市场调查的内容			1. 学习计划能力 2. 团队建设能力		
教学重点	课程要求 调研内容			教学难点	市场调研与市场营销的关系			
教学方法	讲授法、案例法、讨论			教学用具	电脑、多媒体投影、激光笔、音响。			
单元能力训练任务	任务 1 认识课程 我们要学什么，为什么学，如何学？ 任务 0 组建团队 提交团队建设任务单							
<b>任务 1 认识课程</b>								
任务时间	任务布置	任务试做	任务知识	任务实施	任务检查	任务总结	合计时间	总课时

	流程	教师工作
教学 组织 过程	↓ 任务 布置	0. 自我介绍 1. 完成任务清单——我们要学什么，为什么学，如何学？
	↓ 任务 试做	提问的形式，了解学生对课程认识的程度，共性和个性问题
	↓ 任 务 知识	<p><b>1. 课程内容</b></p> <p>“寻找市场调研项目、调研方案设计、调研实施、数据整理与分析、调研报告撰写”5个模块、13个项目，配合5个综合实训实践，共60个课时</p> <p><b>2. 市场调研</b></p> <p>指运用科学的方法、客观的态度，有目的地、系统地搜集、记录、整理有关市场营销信息和资料，分析市场情况，了解市场的现状及其发展趋势，为市场预测和营销决策提供客观的、正确的资料。</p> <p><b>3. 市场调研内容</b></p> <p>市场环境调查、市场需求调查、市场供给调查、消费者调查、竞争者调查 从产品生命周期模型出发规划调研需求。</p>
	↓ 任 务 实施	明确责任分工，组织任务实施 完成任务清单——如何学好这门课程
	↓ 任 务 检查	学生以团队为单位汇报完成的任务。
	↓ 任 务 总结	教师就完成的任务进行点评总结。

单元教学资源	
教 材	自编教材及讲义。
讲 义	朱华锋.《促销活动策划与执行》，中国科学技术大学出版社，2013.
课 件	见《市场调查与预测》课程资源库课件文件包。
案 例	见《市场调查与预测》课程资源库案例集。
参考资料	<p><b>教材：</b></p> <p>[美]所罗门，[中]卢泰宏：消费者行为学，电子工业出版社，2006，1； 江 林：Excel 在市场营销中的运用，首都经济贸易大学出版社，2005，1； 符国群：Excel 在管理中的运用，武汉大学出版社，2004，7； 苏 勇：市场调查与预测，上海社会科学院出版社，2001，5； 荣晓华：消费者行为学，东北财经大学出版社，2006，3。 赵轶 市场调研与分析 清华大学出版社，2011.7 赵平 市场调研与预测 东北师范大学出版社，2013.7 (英)托尼普罗科特 营销调研精要机械工业出版社，2014,3</p> <p><b>网站：</b></p> <p>问卷网：<a href="http://www.wenjuan.com/">http://www.wenjuan.com/</a> 中国市场调研网：<a href="http://www.cnscdc.com/">http://www.cnscdc.com/</a> 艾瑞网：<a href="http://www.iresearch.cn/">http://www.iresearch.cn/</a> 调 研 宝：<a href="http://www.diaoyanbao.com">www.diaoyanbao.com</a> 中国营销策划网：<a href="http://www.cnyxch.com">www.cnyxch.com</a> 销售网：<a href="http://www.yewuyuan.com/zhuanti/xiaoshouwang/">http://www.yewuyuan.com/zhuanti/xiaoshouwang/</a> 蓝心网：<a href="http://www.lansin.com/">http://www.lansin.com/</a></p>

## 《市场调查与预测》课程单元设计 1

单元名称:				单元教学学时			2	
1-1 寻找调查项目——认识课程				在整体设计中的位置			第 1 次	
授课 班级	2018 级市场营销	上课 时间	第 1 周	上课地点 (含场地、设备要求等)			多媒体教室	
教学 目标	能力目标		知识目标			素质目标		
	1. 能选择合适的方法来完成课程学习 2. 能理解市场调查在市场营销中作用		1. 课程内容介绍 2. 课程学习要求 3. 课程考核标准 4. 认识市场调研 5. 市场调查的内容			1. 学习计划能力 2. 时间管理能力		
教学 重点	课程要求 调研内容			教学 难点	市场调研与市场营销的关系			
教学 方法	讲授法、案例法、讨论			教学 用具	电脑、多媒体投影、激光笔、音响。			
单元 能力 训练 任务	任务 1 如何学好这门课 我们要学什么，为什么学，如何学？ 任务 2 组建项目团队 提交分组名单							
<b>任务 0 完成分组</b>								
任务 时间	任务 布置	任务 试做	任务 知识	任务 实施	任务 检查	任务 总结	合计 时间	总 课时

教学 组织 过程	流程	教师工作
	↓	
	任务 布置	2. 组建项目团队 项目团队名称、口号、队伍标识、团队愿景等，成员组成 成员介绍。
	↓	
	任务 试做	完成成员组建
	↓	
	任 务 知 识	1. 团队建设 项目团队名称、口号、队伍标识等 2. 团队成员选择原则 贡献原则，取长补短原则，适度原则
	↓	
任 务 实 施	完成任务清单——项目团队组建任务单	
↓		
任 务 检 查	学生以团队为单位汇报完成的任务。	
↓		
任 务 总 结	教师对组建团队进行协调，沟通，最后组建。	
<b>单元教学资源</b>		
教 材	自编教材及讲义。	
讲 义	朱华锋.《促销活动策划与执行》，中国科学技术大学出版社，2013.	
课 件	见《市场调查与预测》课程资源库课件文件包。	
案 例	见《市场调查与预测》课程资源库案例集。	

<p>参考资料</p>	<p><b>教材：</b></p> <p>[美]所罗门，[中]卢泰宏：消费者行为学，电子工业出版社，2006，1； 江 林：Excel 在市场营销中的运用，首都经济贸易大学出版社，2005，1； 符国群：Excel 在管理中的运用，武汉大学出版社，2004，7； 苏 勇：市场调查与预测，上海社会科学院出版社，2001，5； 荣晓华：消费者行为学，东北财经大学出版社，2006，3。 赵轶 市场调研与分析 清华大学出版社，2011.7 赵平 市场调研与预测 东北师范大学出版社，2013.7 （英）托尼普罗科特 营销调研精要机械工业出版社，2014,3</p> <p><b>网站：</b></p> <p>问卷网：<a href="http://www.wenjuan.com/">http://www.wenjuan.com/</a> 中国市场调研网：<a href="http://www.cnscdc.com/">http://www.cnscdc.com/</a> 艾瑞网：<a href="http://www.iiresearch.cn/">http://www.iiresearch.cn/</a> 调 研 宝：<a href="http://www.diaoyanbao.com">www.diaoyanbao.com</a> 中国营销策划网：<a href="http://www.cnyxch.com">www.cnyxch.com</a> 销售网：<a href="http://www.yewuyuan.com/zhuanti/xiaoshouwang/">http://www.yewuyuan.com/zhuanti/xiaoshouwang/</a> 蓝心网：<a href="http://www.lansin.com/">http://www.lansin.com/</a></p>
-------------	---