# 市场营销学--教学日历

课程名称: **市场研究** 2014-2015学年 第二学期

班级：营销1301班

主讲教师: 杨彦武 电话: 87556416

电子邮件: yangyanwu@hust.edu.cn 办公室：管院大楼619室

学分：2.5（40学时）

## 课程概述

市场研究是市场营销专业的一门重要的专业基础课，也是国内外管理学院营销专业普遍必修的一门课程。市场研究是一门系统的知识与技能，一方面不能简单地等同于问卷调查或抽样调查，另一方面也不能简单地理解为对市场本身的研究，更重要的是对企业本身适应市场和参与竞争的营销策略相关各种因素的研究，为决策者提供可靠的信息和建议。

本课程结合国内外市场研究的进展和国内企业面临的现实问题，系统地介绍和讨论市场营销研究的基本过程及其相关的理论与方法，培养学生发现、分析和解决市场营销问题的实际能力。

## 教学目的

完成本课程的学生应该能够：

1. 对市场营销研究的全过程和主要步骤有一个全面的了解（进行市场研究的能力）；能够针对不同营销决策的需要，初步设计研究项目并付诸实施（设计市场研究方案、实施和进行资料分析的能力）；
2. 对市场研究的主要资料与数据来源和收集的方法有基本的掌握；
3. 能够分析市场研究的数据，并对结果进行描述与解释（独立思考和分析营销决策问题并寻找决策支持信息的能力）；
4. 能够提交基本合格的书面研究报告并进行口头汇报；
5. 对基于新媒体的在线市场研究方法有基本的了解；
6. 实际动手能力、沟通能力和团队精神有明显的提高（团队合作的能力）。

## 教学方法

本课程以案例分析与课堂讨论为主，强调学生在在思考、参与和分析问题过程中学。这要求学生在课前要阅读参考书及其它相关资料上的相关章节的理论及方法，阅读案例和准备个人作业，以及分学习小组完成布置的案例作业（一定要结合书本知识）。

## 课程参考资料

1. 田志龙，张婧：市场研究，华中科技大学出版社，2012年。
2. 马尔霍特拉著，涂平等译：《市场营销研究—应用导向》（第5版），电子工业出版社，2009。
3. Burns, A.C., Bush, R.F. 2011. Marketing Research (6e). Pearson Education.
4. 郑宗成, 陈进, 张文双：《市场研究实务与方法》，广东经济出版社，2011年。

其他参考资料

1. 《中国经济信息网》（定制产品—行业季报/地区发展报告）“宏观经济报告
2. 《国务院发展研究中心信息网（镜像）》（研究报告）
3. 上市公司年报
4. 世界性组织网站资料：WORLD BANK；INTERNATIONAL MONETARY FUND；Organization of economic Co-operation and Development (OECD)；WTO
5. 国际咨询公司网站资料

## 考核方法

课堂参与及书面报告（案例分析、课程项目）：30%

课程结束考试：70%

## 教学日程安排（40学时/2.5学分）

1、市场研究概论(2)

**要点**：市场研究的必要性、基本概念、内容、分类与作用、行业现状

**阅读**：教材第1章

2、市场研究的过程与步骤(4)

**要点**：基本过程、问题定义与研究设计、市场研究的道德问题

**阅读：**教材第2章

1. 市场研究资料收集（一）(4)

**要点：**二手资料的收集、定性研究方法、调查访问法

**阅读：**教材第3、4、5章

1. 市场研究资料收集（二）(4)

**要点：**观察法、实验法、态度测量（测量与量表）

**阅读：**教材第6、7章

1. 市场研究资料收集（三）(4)

**要点：**问卷设计、样本设计

**阅读：**教材第8、9章

1. 市场研究项目的现场实施与资料分析的准备工作(2)

**要点：**现场作业、资料分析的准备工作

**阅读：**教材第10章

1. 市场研究资料分析(6)

**要点：**描述性统计分析、推断性统计分析（假设检验、多变量分析、相关回归分析等）

**阅读：**教材第11、12章

1. 互联网与社会网络营销市场研究(8)

**要点：**互联网环境中、社会网络驱动的营销研究方法

**阅读：**指定相关学术论文2~3篇和小米案例材料

9、市场研究报告的撰写(2)

要点： 市场研究报告撰写的基本要求和报告要点

**阅读：**第13章

10、案例分析、小组作业讨论，课程总结(4)

**要点**：分析讨论小组作业中的案例和问题，并进行课程总结