



课程详述

COURSE SPECIFICATION

以下课程信息可能根据实际授课需要或在课程检讨之后产生变动。如对课程有任何疑问，请联系授课教师。

The course information as follows may be subject to change, either during the session because of unforeseen circumstances, or following review of the course at the end of the session. Queries about the course should be directed to the course instructor.

1.	课程名称 Course Title	市场研究方法 Marketing Research
2.	授课院系 Originating Department	信息系统与管理工程系 Division of Information Systems & Management Engineering
3.	课程编号 Course Code	MIS323
4.	课程学分 Credit Value	3
5.	课程类别 Course Type	专业选修课 Major Elective Courses
6.	授课学期 Semester	春季 Spring
7.	授课语言 Teaching Language	中英双语 English & Chinese
8.	授课教师、所属学系、联系方式 (如属团队授课, 请列明其他授课教师) Instructor(s), Affiliation & Contact (For team teaching, please list all instructors)	李媛媛, 信管系, liyy3@sustech.edu.cn
9.	实验员/助教、所属学系、联系方式 Tutor/TA(s), Contact	待公布 To be announced
10.	选课人数限额(可不填) Maximum Enrolment (Optional)	30



11. 授课方式 Delivery Method	讲授 Lectures	习题/辅导/讨论 Tutorials	实验/实习 Lab/Practical	其它(请具体注明) Other (Please specify)	总学时 Total
	学时数 Credit Hours	42	Mid-term Examination (2)	Final Presentation (4)	48
12. 先修课程、其它学习要求 Pre-requisites or Other Academic Requirements					
13. 后续课程、其它学习规划 Courses for which this course is a pre-requisite					
14. 其它要求修读本课程的学系 Cross-listing Dept.					

教学大纲及教学日历 SYLLABUS

15. 教学目标 Course Objectives

通过本课程的学习，学生需要了解市场学领域内主流的研究方法，特别需要掌握实验设计和问卷调查的方法。从市场学视角出发，讲述市场调研中的主要方法，其中包括营销调研导论，系统的介绍认识市场、研究市场的方法、问题界定、使用现有信息解决问题、收集一手数据解决问题、分析数据以及报告结果。课程教学重在理论与实践相结合，进而将调研知识和分析方法运用到实际过程中。它既具有较深和较宽的理论基础，又是一门实践性很强的学科。

16. 预达学习成果 Learning Outcomes

通过学习该课程，学生能够掌握以下的技能：

- 1： 学生掌握营销调研的问题界定；
- 2： 了解使用现有信息解决问题；
- 3： 掌握收集一手数据解决问题的方法；
- 4： 报告结果分析；

17. 课程内容及教学日历（如授课语言以英文为主，则课程内容介绍可以用英文；如团队教学或模块教学，教学日历须注明主讲人）

Course Contents (in Parts/Chapters/Sections/Weeks. Please notify name of instructor for course section(s), if this is a team teaching or module course.)

理论（48 学时）

第一周：（2 学时）调研过程与道德问题；

第二周：（4 学时）界定问题；

第三周：（2 学时）探索性调研；



第四周：（4 学时）决策支持系统；

第五周：（2 学时）实施因果性调研；

第六周：（4 学时）收集描述性一手数据；

第七周：（2 学时）通过观察法收集信息；

第八周：（4 学时）通过交流法收集信息；

第九周：（2 学时）提出好问题；

第十周：（4 学时）设计数据收集表格；

第十一周：（2 学时）设计抽样方案；

第十二周：（4 学时）收集数据：提高应答率并降低误差；

第十三周：（2 学时）分析与解释：单因素独立分析；

第十四周：（4 学时）分析与解释：多元统计分析；

第十五周：（2 学时）调研报告

第十六周： 期末考试周

Theory (48 hours)

Week 1 :(2 hours) research process and moral issues;

Week 2 :(4 hours) defining issues;

Week 3 :(2 hours) exploratory research;

Week 4 :(4 hours) decision support system;

Week 5 :(2 hours) conduct causal research;

Week 6 :(4 hours) collect descriptive primary data;

Week 7 :(2 hours) collect information through observation;

Week 8 :(4 hours) collect information through communication;

Week 9 :(2 hours) ask good questions;

Week 10 :(4 hours) design the data collection form;

Week 11 :(2 hours) design sampling scheme;

Week 12: (4 hours) Collect data: improve response rate and reduce error;



Week 13: (2 hours) Analysis and Interpretation: single-factor independent analysis;
Week 14: (4 hours) Analysis and interpretation: multivariate statistical analysis;
Week 15 :(2 hours) research report
Week 16: Final exam week

18. 教材及其它参考资料 Textbook and Supplementary Readings

《营销调研基础》【第8版】中国人民大学出版社

课程评估 ASSESSMENT

19. 评估形式 Type of Assessment	评估时间 Time	占考试总成绩百分比 % of final score	违纪处罚 Penalty	备注 Notes
出勤 Attendance		10% (总计 100 分) 10% (100 points in total)	只是在出勤表中签名而后离开 的学生将被标记为缺勤。 不要忘记在出勤表中签字。一旦 出勤表中你的签字处为空白，你 当天将被视为缺勤。 Those that just sign the attendance log and then leave class shall be marked absent. Do NOT forget to sign the attendance log. Once your unsigned field receives the "blank mark" you are officially counted absent for that day!	
课堂表现 Class Performance				
小测验 Quiz				
课程项目 Projects				
平时作业 Assignments				
期中考试 Mid-Term Test		15% (总计 100 分) 15% (100 points in total)	缺勤期中考查的学生无法获得 该部分成绩。 A student missing the mid-term assessment will lose the score in this part.	
期末考试				



Final Exam			
期末报告 Final Presentation		25% (总计 100 分) 25% (100points in total)	没有参加小组展示的学生无法获得该部分成绩。 A student missing the group presentation will lose the score in this part.
其它 (可根据需要 改写以上评估方 式) Others (The above may be modified as necessary)	研究计划 Research proposal	50% (总计 100 分) 50% (100points in total)	没有提交研究计划的学生将直接挂科处理。 A student who does not submit research proposal will be given a failing grade for the course.

20. 记分方式 **GRADING SYSTEM**

- A. 十三级等级制 **Letter Grading**
 B. 二级记分制 (通过/不通过) **Pass/Fail Grading**

课程审批 REVIEW AND APPROVAL

21. 本课程设置已经过以下责任人/委员会审议通过
This Course has been approved by the following person or committee of authority

