**《市场调查与统计软件实训》实训课程教学大纲**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | 市场调查与统计软件实训 | | | | | | | | |
| **课程英文名** | Market Survey and Statistical Software | | | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | 28114094 | **课程学分** | | 2 | **周（学时）** | | | 12周（48学时） | |
| **课程类别** | □专业认知实习  □专业见习  □工程实训  □毕业实习  ☑其他 | **课程性质** | | ☑必修  □选修  □其他 | **课程形态** | | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 □课程作品 □汇报展示 □报告  ☑课堂表现 □阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他（可多选） | | | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课**  **系(教研室)** | | | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销专业 | | **开课学期** | | | 第3学期 | | | |
| **课程负责人** | 冉陆荣 | | **审核人** | | | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 市场调查与统计分析 | | | | | | | | |
| **后续课程** | 消费者行为学、营销策划理论与实务、服务营销等 | | | | | | | | |
| **选用教材** | 王凤羽、冉陆荣.市场调查与统计分析[M].北京：经济管理出版社，2018. | | | | | | | | |
| **参考书目** | 1.张灿鹏.市场调查与分析（第3版）[M].北京：清华大学出版社，2021.  2.陈惠源. 市场调查与统计（第2版）[M]. 北京：北京大学出版社，2017.  3.胡丽霞、陈捷. 市场调查与统计：从理论到应用[M]. 北京：科学出版社，2019 | | | | | | | | |
| **课程资源** | https://mooc1-1.chaoxing.com/mooc-ans/course/214998197.html | | | | | | | | |
| **课程简介** | 《市场调查与统计软件实训》是一门必修的综合实践课程。统计软件应用实训主要借助SPSS软件、excel实训。SPSS是社会科学统计软件包，该软件操作界面极为友好，使用窗口方式展示各种管理和分析数据方法的功能。Excel是电子表格软件，该软件具有直观的界面、出色的计算功能以及各种图表工具。应用软件可以提高学生数据处理、数据可视化、数据分析和统计分析等能力，能够发现数据的基本特征、隐藏规律、变量关系，有助于进行统计预测和辅助决策操作。 | | | | | | | | |

**二、课程目标**

**表1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标1：知识传授** | 坚持理论联系实际，实事求是，在实践中检验真理和发展真理。理解并掌握科学系统获取营销数据、整理数据、分析数据的基本方法、基本应用和注意事项，能够进行定性和定量预测，为营销战略、策略决策及市场开发提供决策依据。 |
| **课程目标2：能力培养** | 坚持“在调中研”和“在研中调”的双维互动。既要注重市场调查与统计分析基础知识的学习，又要注重知识的具体应用的讨论，培养数据获取能力、分析问题能力、撰写报告的能力，获得解决社会经济问题的能力。 |
| **课程目标3：价值引导** | 坚持调查研究经常化，长期、系统、深入。能够掌握市场调查与统计分析的基本方法和理念，具备数据分析的基础能力，从纷繁的数据中分析出事物的规律和发展趋势能力；具备良好的统计思维，对科学结论保持清晰认识，更准确地解读结论背后现象的能力；引导学生以专业为工具，激发对数据分析的钻研探索精神；具备今后进行学习更深层次的数据分析方法的基础能力，将数据分析能力运用于生活、学习和工作当中，用理论解决实际问题的能力。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：素养要求**【M】 | 1.3【核心素养】系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；具备快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，系统分析、解决营销问题、提出解决对策。 | 课程目标1、2、3 |
| **毕业要求2：知识要求**【M】 | 2.4【专业知识】熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 课程目标  1、2、3 |
| **毕业要求3：能力要求**【H】 | 3.1【专业技能】能够科学分析市场营销环境，对市场具有一定的前瞻性和市场敏感性；具有进行市场调查计划、组织、实施和大数据分析与挖掘的技术能力；具有为企业进行营销策划、营销管理、分销渠道管理等市场开发和设计的专业能力；能够运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业务的实践能力。 | 课程目标  2、3 |

**三、教学内容与方法**

**（一）学习内容**

项目1：数据文件建立与整理。可以安排学生在实际企业或模拟企业中进行市场调研，收集相关数据，并建立和整理数据文件。通过实际操作，学生可以了解数据文件的建立和整理的流程，掌握数据的基本处理和分析方法，培养对数据的敏感度和处理能力。

项目2：基本统计分析。可以让学生在实际企业或模拟企业中进行市场调研，收集相关数据后，进行基本统计分析。通过实际操作，学生可以掌握基本分析指标的基本处理、科学选取具体指标、应用软件进行频率、交叉表、描述性统计、探索等基本操作及应用分析，以及解决应用过程中常见问题的能力。

项目3：所学研究方法的基本操作及应用。可以让学生在实际企业或模拟企业中进行实践，应用所学研究方法进行基本操作和应用。通过实际操作，学生可以了解常见方法的基本原理、基本操作流程、注意事项和结果的科学解释，提高对市场调研和数据分析的能力。

项目4：市场调查与统计软件应用中的常见问题。在市场调查和统计软件应用中，可能会出现一些常见问题，如数据缺失、异常值、结果解读不准确等。这个项目可以让学生在实际企业或模拟企业中进行实践，发现并解决这些常见问题。通过实际操作，学生可以了解市场调查和统计软件应用中可能出现的问题，掌握解决问题的方法和技巧，提高对市场调研和数据分析的能力。

以上四个项目都融入了劳动教育的理念，强调实践操作和实际应用。通过这些项目的实践操作，市场营销专业的学生可以更好地掌握相关技能，提高对市场调研和数据分析的能力，为未来的职业发展打下坚实的基础。

**（二）时间安排**

第5-16周。

**（三）工作流程**

1.实训动员。指导教师向学生进行实训动员，明确实训目标和实训内容，介绍实训方案和时间安排，并提醒学生注意实训过程中的关键问题和注意事项。

2.布置实训任务。指导教师根据实训目标和内容，为学生布置具体的实训任务。任务可以包括设计市场调查方案、进行数据采集、数据清洗与整理、数据分析与可视化等。学生可以根据自己的兴趣和能力选择不同的任务进行实践。

3.学生实训过程。学生按照指导教师的要求，在规定的时间内完成实训任务。在实训过程中，学生需要记录操作步骤和关键数据，并及时向指导教师请教问题和解决问题。指导教师可以为学生提供实时指导和支持，确保学生能够正确使用软件和掌握相关技能。

4.实训验收。在实训结束后，指导教师对学生的实训成果进行验收和评估。评估内容可以包括调查报告的质量、数据分析的准确性、可视化图表的清晰度等。指导教师还可以对学生的表现进行评分和反馈，帮助学生发现自己的优点和不足，并提出改进建议。

**（四）业务指导**

校内老师1名或多名指导。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表3-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属环节** | **考核**  **占比** | **考核方式** |
| 课程目标 1 | 1.数据文件的建立 | 项目1 | 30% | 1.课堂表现  2.平时作业  3.分组任务  4.期末考核 |
| 2.数据的整理 | 项目1 |
| 3.数据的初步分析 | 项目2 |
| 4.数据的描述性统计 | 项目2 |
| 课程目标 2 | 1.常见统计分析方法的基本操作 | 项目3 | 40% | 1.课堂表现  2.平时作业  3.分组任务  4.期末考核 |
| 2.常见统计分析方法的基本应用 | 项目3 |
| 3.统计分析方法的科学选取 | 项目3 |
| 课程目标 3 | 1.统计思维 | 项目4 | 30% | 1.课堂表现  2.平时作业  3.分组任务  4.期末考核 |
| 2.统计结果分析 | 项目4 |
| 3.常见问题的解决 | 项目4 |
| 合计 |  |  | 100% |  |

**表3-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考试成绩比例60% | 课堂表现成绩比例20% | 平时作业成绩比例10% | 分组任务成绩比例10% |
| 课程目标1 | 40% | 30% | 40% | 40% | 30% |
| 课程目标2 | 40% | 30% | 30% | 30% | 40% |
| 课程目标3 | 20% | 40% | 30% | 30% | 30% |

**（二）成绩评定**

**1.平时成绩评定**

平时成绩的评定应包含合理的、多维度的过程性考核方式，考核内容应覆盖支撑课程目标的学习内容，考核结果能合理反应课程目标的达成度，考核权重与教学内容相匹配，各考核环节须有明确的考核标准。

平时成绩（100%）=平时成绩（40%）+期末考核（60%）

平时成绩考核方式包括出勤情况、课堂表现、作业完成、调研表现、团结协作等环节。

平时成绩基本要求：按时上课，积极上机操作，按要求、按时间、按步骤完成上机相应操作，并按照老师要求完成相应作业。根据实训过程参与程度及参与效果给予不同等级分值。

**2.期末成绩评定**

期末成绩的评定应明确考核的范围、方式、要求等。

期末成绩（100%）=基础数据处理与描述（30%）+统计分析方法的运用（40%）+统计结果解读（30%）。

期末成绩考核方式采用非试卷考核，形式为实训报告。

期末考核基本要求：能够完成相关基本操作，并准确解读操作结果。具体要求如下

（1）数据基本处理，包括建立数据、数据录入、转换、保存等基本操作。

（2）进行数据描述性统计分析，分析合理、充分、准确。

（3）统计方法选择科学，并对结果有清晰的解读。

（4）考核文本形式较好，能够反映出较为完整的数据获取、处理与分析全过程。

**3.总成绩评定**

总成绩应由平时考核成绩和期末考核成绩构成，其构成比例应科学合理。

总成绩（100%）=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）

**（三）评分标准**

针对课程考核方式中的所有项目，均需制定相应的评分标准，明确具体评分细则。

**表4 评分标准**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核项目** | **评分标准** | | | | |
| **优秀**  **(100>x≥90)** | **良好**  **(90> x≥80)** | **中等**  **(80> x≥70)** | **及格**  **(70> x≥60)** | **不及格**  **(x <60)** |
| 平时成绩 | 参与抢答、选人、讨论、随堂练习等课程活动，可以获得相应分数；作业完成度优秀；知识点应用准确、规范程度很高；符合学术规范。 | 参与抢答、选人、讨论、随堂练习等课程活动，可以获得相应分数；作业完成度良好；知识点应用比较准确、规范程度较高；基本符合学术规范，无明显错误。 | 参与抢答、选人、讨论、随堂练习等课程活动，可以获得相应分数；作业完成度中等；知识点应用准确、规范程度一般；基本符合学术规范，有部分错误。 | 参与抢答、选人、讨论、随堂练习等课程活动，可以获得相应分数；作业完成度及格；知识点应用准确、规范程度较低；基本符合学术规范，有部分错误。 | 参与抢答、选人、讨论、随堂练习等课程活动，可以获得相应分数；作业完成度不符合要求；知识点应用准确、规范程度较低；明显不符合学术规范，或存在抄袭现象。 |
| 期末考核 | 在熟练掌握SPSS软件操作的基础上，对SPSS的高级功能也有一定的了解和掌握；对市场调查与统计分析的理论知识有深入的理解和应用，能够在实践中灵活运用，并具有创新能力；能够根据实际情况选择合适的统计分析方法，并在SPSS中实现，具有较强的实践操作能力。 | 非常熟练地掌握SPSS软件的操作，能够进行复杂的数据处理和分析；对市场调查与统计分析的理论知识有深入的理解和应用，能够在实践中灵活运用；能够正确解释SPSS的运行结果，并根据结果进行合理的分析和解释。 | 熟练掌握SPSS软件的基本操作，能够进行较为复杂的数据处理和分析；对市场调查与统计分析的理论知识有较好的理解和应用，能够在实践中合理运用；能够根据实际情况选择适当的统计分析方法，并能在SPSS中实现。 | 较为熟练地掌握SPSS软件的基本操作，能够进行一般的数据处理和分析；对市场调查与统计分析的理论知识有初步的理解和应用，但应用能力有限。 | 初步掌握SPSS软件的基本操作，能够进行简单的数据输入和处理；基本理解市场调查与统计分析的基本理论知识，但理解和应用能力有限。 |

## 五、其他说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院（部）工商管理教学系（教研室）讨论制定，管理学院（部）教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。