

# 万盛兰老师《市场调研》课程大纲

**【培训时间】**：1天

**【培训对象】**：适用于企业营销策划、企划、市场推广等岗位职业经理人

**【培训方式】**

生动授课、多媒体演示、个体实训、角色扮演、互动交流等使培训效果达到最好！

**【课程目标】**

市场调研时市场营销的必修课。本课程旨在系统介绍市场调研的基本概念、作用、内容、操作程序及方法。通过学习，让学员掌握市场资料的收集、分析和市场预测的方法及技能。

**【课程大纲】**

## 第一章：认知是市场调研

- 1、市场调研的概念
  - 1) 市场调研的含义和特征
  - 2) 市场调研的类型和作用
  - 3) 市场调研的原则
- 2、市场调研的常用方法
  - 1) 文案调查法
  - 2) 询问调查法
  - 3) 观察调查法
  - 4) 实验法
  - 5) 网上调查法

## 第二章：市场调研的实施

- 1、市场调研问卷的设计
  - 1) 市场调研问卷的一般结构
  - 2) 调研问卷的设计要求、原则和方法
  - 3) 掌握态度测量表技术
  - 4) 调研问卷的设计技巧

**【课堂练习】** 选择一个确定调研目的，设计一个可行的调研问卷
- 2、调查资料的整理和数据分析
  - 1) 基础数据分析法：怎样看数据？
  - 2) 高级数据分析法：因子分析、聚类分析、敏感度分析、象限分析
- 3、撰写调研报告
  - 1) 调研报告的基本格式
  - 2) 调研发现与建议

**【课堂练习】** 根据给出的调研数据完成一份简单的调研报告

## 第三章：如果进行市场预测

- 1、市场预测的原理
  - 1) 认知市场预测
  - 2) 理解市场预测的要求和原则
  - 3) 掌握市场预测的程序
- 2、定性预测方法
  - 1) 认知定性预测分析
  - 2) 掌握定性预测分析的组织方法（个人预测与集体讨论预测）

3) 掌握定性预测分析法（对比类推法、主观概率法、市场调查预测法、指标预测法）

3、定量预测法

1) 平均预测法

2) 趋势预测法

3) 回归预测法

#### **第四章：实操测试**

1、市场调查问卷设计

2、调查问卷访谈

3、调研资料分析

4、调查问卷撰写