

《市场调查实务》（实践）（课程代码：07153）课程考试大纲

一、目的与要求

《市场调查实务》（实践）是高等教育自学考试市场营销专业（专升本）专业核心课程之一，采用笔试的考核方式。《市场调查实务》（实践）是市场营销专业课程体系中的一项重要专业技能核心课程，也是其他经管类专业中的重要课程之一。它符合高技能人才培养目标和营销专业以及其他经管类专业在市场调查岗位上的认知要求。课程教学的主线是培养学生的应用能力，使他们能够综合运用所学的调查理论与方法来解决实际经济或管理问题。通过学习本课程，学生应该掌握市场调研方案的制定、调查问卷的设计、各种调研方法的应用、调查资料的整理、分析与描述技术，以及市场调研报告的撰写方法。最终，学生在实践中形成扎实的市场调研能力。在这个学习领域中，本课程是为培养和检验考生在市场实践当中掌握公共关系基本知识和基本技能而设置的一门专业基础课程。

本课程的考试，统一在课堂上进行笔试。要求考生在在规定时间内按照题目的具体要求完成相应试题。考试时一律不准的带参考书籍和其他资料。

二、考核目标

1. 了解市场调查的意义和作用；
2. 掌握市场调查的基本方法；
3. 将市场调查的基本方法与运用方式相结合；
4. 将市场调查理论与调查实务相结合。

三、考试内容

1. 市场调查方案的设计
2. 市场调查的规划
3. 市场调查结果的分析
4. 市场信息的预测
5. 市场调查报告的撰写与提交

四、参考教材

《市场调查实务(第三版)》黄慧化、陈学忠主编，电子工业出版社，2022 年出版。

五、命题要求

- 1、《市场调查实务》（实践）总分 100 分，考试时间为 120 分钟。
- 2、命题应严格按照本大纲对学生实践能力的要求，不能随意提高或降低标准。
- 3、命题应严格按照本大纲试卷结果要求设计试题，不得随意改变。

4、每套试题要安排题目的难易层次。在一般情况下，试题难易分为易、较易、较难、难四个等级。每份试卷中，试题难易程度的比例一般为：易占 30%；较易占 30%；较难占 20%；难占 20%。

六、注意事项

考试形式采用笔试考试。