



# 市场调查实务

主编

张 议 卓晓芸

副主编

周卓尔 罗新云 杨 莉 万丽萍

参编

刘 洵 郭 瑜 孙建东

责任编辑

张 欣

出版单位

西安交通大学出版社

编写单位

成都工贸职业技术学院

制作发行

北京智启蓝墨信息技术有限公司

网址：<http://www.mosobooks.cn>

# 情境一

## 文案调查法应用



# 任务一

## 文案调查认知与模拟训练



### 1. 知识目标

- (1) 理解文案调查法概念的内涵。
- (2) 掌握文案资料的获取路径。
- (3) 掌握文案资料的获取方法。

### 2. 技能目标

- (1) 能利用互联网查找资料。
- (2) 能利用知网检索所需资料。
- (3) 能利用学校数字图书馆查找资料。

### 3. 素质目标

- (1) 能正确认知并履行职业责任，提高自己的工作耐心与持久性。
- (2) 能创造性地开展工作，提升职业兴趣，树立正确的职业理想。



校内金蓝领连锁超市，作为学校生产性实训基地，其日常运营与管理由超市店长和我校师生共同执行。该超市自建成运营以来，受校内外超市、便利店和网店等竞争因素影响，绩效不佳，有待改进提升。为高效落实超市的经营管理目标和对学生的实践教育目的，提升综合竞争力，赢得更多的师生前来消费，店长决定针对校内师生开展一次关于消费心理和消费习惯等方面的调研活动，以便精准施策和准确采购。因此，店长向实训学生发布了市场调查项目，由学生团队执行针对校内师生超市消费详情的市场调查。为顺利完成调查任务，各调查团队应首先开展文案调查工作，围绕超市的调查目的查阅文献资料，了解消费心理和消费习惯等因素对超市单品消费的影响，收集有价值的资料，寻找调查着手点，制定调查实施方略。



想一想



任务知识

## 一、文案调查认知



教学视频

文案调查认知

### (一) 文案调查法的概念

文案调查法是围绕特定的调查任务和目标，对公开发表的各种信息和情报，进行收集、分类和研究的一种调查方法，又被称为室内调查法、间接调

查法、资料分析法。



想一想



## (二) 文案资料的获取路径

### 1. 企业内部资料

一是业务类资料，如金蓝领超市总公司采购部留存的单品采购单、供应商供货单、供货合同等资料，又如超市门店留存的销售记录表、日工作检查记录表等资料。

二是统计类资料，如超市营业额统计表、超市客流数据统计表、超市畅销商品统计表、超市员工业绩数据统计表等资料。

三是财务类资料，如超市的销售费用、分销费用、租金收入、销售毛利、销售净额、员工福利费等资料。

四是其他类资料，如公司或超市已归档的市场调查报告、工作总结、客户建议等资料。

### 2. 企业外部资料

一是源自统计部门或政府主管部门公布的有关资料，如统计局发布的资料，工商、税务等主管部门发布的资料等。

二是源自经济信息中心、咨询机构、行业协会等提供的有关资料，如省（市）经济信息中心发布的规划信息、发展报告、经济指数等信息，又如连锁经营协会发布的资料，物流与采购联合会发布的资料等。

三是源自书籍、报纸、杂志所提供的相关文献资料，如《中国物流与采购》期刊，所分析的生产资料市场运行和发展趋势，报道的物资流通行业热点问题，宣传交流的物资行业管理等资料。

四是源自相关生产企业或经营机构所发布的宣传手册、商品信息、业务资料等。

五是源自相关经济组织、学会团体、商会所提供的信息，如中国物流学会所提供的中国物流发展报告、成都市家具行业商会发布的信息等。

六是源自相关博览会、展销会等促销会议，或专业性、学术性会议上所发放的资料，如全国糖酒商品交易会上发放的资料，中国物流学会年会上所发放的资料等。

### 3. 互联网资料收集

互联网资料收集是指利用互联网查找所需资料的过程，该方法具有查询方便快捷、数据容量大、不受时空限制等优点。

#### (三) 文案资料的获取方法

##### 1. 参考文献查找法

参考文献查找法是根据作者在著作、文章中所开列的参考文献目录，或在文中所引用的文献名目，查找有关文献资料的方法。

##### 2. 检索工具查找法

检索工具查找法是利用已有的检索工具查找文献资料的方法。

##### 3. 咨询法

咨询法是指通过电话询问等方式，向企业内部相关部门查询某些业务数据或通过声讯服务咨询获得信息资料的方法。

##### 4. 收听法

收听法是指利用人工收听、录音等方式，收听广播及新兴多媒体传播系统所播发的各种政策法规和经济信息的方法。

##### 5. 购买法

购买法是指通过经济手段获得定期或不定期出版的市场行情资料和市场分析报告的方法。

##### 6. 交换法

交换法是指调查者与一些信息机构或单位之间，进行对等的信息交流。

## 7. 汇编法

汇编法是指企业定期整理和积累企业内部的统计资料数据、财务数据和相关资料的一种方法，也包括接收外界主动免费提供的信息资料，如广告产品说明书、宣传材料等。



比一比



## 二、文案调查法的基本功能



教学视频

文案调查法的基本功能



选一选



## 三、文案调查法的基本要求



教学视频

文案调查法的基本要求



想一想





测一测



## 1. 实训主题

主题1：高校学生对常见饮料的消费习惯调查。

主题2：高校学生对牛奶制品的消费习惯调查。

主题3：高校学生对方便食品的消费习惯调查。

主题4：高校学生对饼干蛋糕的消费习惯调查。

主题5：高校学生对坚果炒货的消费习惯调查。

主题6：高校学生对休闲零食的消费习惯调查。

主题7：高校学生对办公用品的消费习惯调查。

主题8：高校学生对校内超市的服务期望调查。

## 2. 实训要求

请以团队为单位，从上述选题中任选一个主题，或自拟主题，利用文案调查法进行模拟调查训练。

### 第一步

### 线上自学

各团队成员需在规定时间内登录平台，完成任务知识学习，为模拟训练储备理论。



自学成果页



### 第二步

### 线下互学

各调查团队基于实训任务进行知识交流和任务分解，通过头脑风暴达成活动共识。



互学成果页



### 第三步

### 协同训练

调查团队采用成员任务认领的方式完成任务分配；团队负责人及时传达调查要求并协调和督促任务执行。



工作任务页



#### 第四步

#### 经验总结

团队及时总结模拟文案调查过程中的经验教训，并积极地与班上同学进行交流分享。



个人总结页



#### 第五步

#### 任务评析

团队负责人及时召集成员就任务执行情况展开评析，提出改进措施和执行建议，为后续实训奠定基础。



评价分析页



#### 第六步

#### 课后活动

团队在课后需按要求完成两个任务，一是对理论知识加以巩固，理清文案调查各方法的具体实施步骤和选定依据；二是了解一个完整的调查活动过程具体应包括哪些工作环节，做好实训策划。



活动计划页





## 任务评价



任务评价表



自评互评页



## 巩固提升

### 实施建议

一是针对理论认知过程中所存在的问题，再次观看教学视频，做好学习笔记。

二是以团队为单位，对模拟训练任务再次演练，掌握工作要领。



## 知识扩展

### 扩展阅读

文献信息摘取



# 任务二

## 文案调查方案撰写与实施



### 1. 知识目标

- (1) 理解文案调查方案的作用。
- (2) 掌握文案调查方案的结构。

### 2. 技能目标

- (1) 能按要求撰写文案调查方案。
- (2) 能按方案执行文案调查工作。
- (3) 能根据需要对方案进行调整。
- (4) 能对文案资料进行归类整理。

### 3. 素质目标

- (1) 具备协同工作的意识。
- (2) 能自觉遵守职业纪律。
- (3) 能自觉践行敬业精神。
- (4) 形成正确的职业态度。
- (5) 树立强烈的责任意识。



## 任务引导

经过文案调查模拟训练，调查团队已掌握了文案调查的实施步骤、工作要求和注意事项。根据工作需要，调查团队现在需围绕金蓝领超市的校内市场调查目标，撰写文案调查方案并报超市店长和实训指导老师审批。因此，调查团队负责人需及时组织成员，在规定时间内高质量撰写调查方案；方案一经批准，需严格执行，并做好文案资料的收集、审核、分类和整理等工作。



想一想



## 任务知识



### 教学视频

文案调查方案撰写与实施

## 一、确定调查主题

市场调查的主要目的是为企业经营者提供参考资料和建议，以便其提高市场预测、经营决策、营销计划等活动的准确性。因此，在开展市场调查工作前，应首先明确企业的调查意图，即为什么开展市场调查？想获得哪些方面的市场信息？如消费者调查、市场观察、产品调查、广告研究、品牌喜好度研究等。

## 二、制定调查方案

### （一）调查方案的含义

市场调查方案是指正式调查之前，根据调查目的和要求等客观情况拟订的统一安排或规划，涉及调查的目标、内容、方法、对象、时间等要点，它是对调查工作各个阶段的通盘考虑与安排，故又称为“市场调查计划书”或“调查项目计划书”，是执行市场调查工作的依据。

### （二）调查方案的内容

市场调查方案内容的科学性和工作安排的可行性，关系到整个市场调查工作的成效，应做好设计和论证工作，它既是给领导汇报的载体，又是执行调查工作的依据。一般来讲，市场调查方案应围绕调查目的、调查要求、调查对象、调查内容、调查时间、调查样本、调查计划、资料整理、调查预算等方面展开。

## 三、执行文案调查

### （一）收集和审核二手资料



#### 教学视频

收集和审核二手资料的原则

### 1. 信息与调查方法的分类

#### （1）市场信息的分类。

按信息负载形式不同，分为文献性信息、物质性信息和思维性信息。

按信息产生过程不同，分为原始信息和二手资料信息。

按市场信息范围不同，分为宏观市场信息和微观市场信息。

按市场信息时间不同，分为动态信息和静态信息。

## (2) 调查方法的分类。

根据资料性质不同，分为二手资料收集方法和原始资料收集方法。



选一选



## 2. 二手资料的概念

二手资料是指现在市场上既存的，或者因为其他目的而收集好的资料和数据。

## 3. 收集与审核的原则

收集二手资料时应重视二手资料提供者的信誉；明确二手资料的收集目的；注重二手资料的时效性；确定二手资料的研究方法；查看与其他信息是否一致。



比一比



## (二) 评价筛选资料

二手资料的评价筛选是要鉴定二手资料的真实性、可用性、时效性和完整性。



知识测验



测一测





## 实训内容

### 1. 实训主题

主题1：高校学生对常见饮料的消费习惯调查。

主题2：高校学生对牛奶制品的消费习惯调查。

主题3：高校学生对方便食品的消费习惯调查。

主题4：高校学生对饼干蛋糕的消费习惯调查。

主题5：高校学生对坚果炒货的消费习惯调查。

主题6：高校学生对休闲零食的消费习惯调查。

主题7：高校学生对办公用品的消费习惯调查。

主题8：高校学生对校内超市的服务期望调查。

### 2. 实训要求

以团队为单位，对上述任务一的模拟训练选题展开正式文案调查。



## 实训过程

### 第一步

### 明确任务

经过任务一的模拟训练，各团队已清楚文案调查的实施步骤和方法，但仍需确定和界定主题，明确任务实施目标，并进一步细分工作任务。



工作任务页



## 第二步

### 制定计划

调查团队基于调查主题撰写文案调查实施方案，并向实训指导老师汇报；实训指导老师会同超市店长对实施方案进行审核和指导。调查实施方案应要素齐全，逻辑合理，具有可执行性。



工作计划页



## 第三步

### 做出决策

调查团队的文案调查实施方案经指导老师和超市店长指导后，团队负责人及时将相关整改意见传达给成员，经头脑风暴后对方案进行修订和完善，由团队负责人做执行决策。



工作决策页



## 第四步

### 实施计划

调查团队各成员按要求开展资料收集工作，并及时向团队负责人汇报；资料收集期间，团队负责人要负责对过程进行监督、协调、指挥和控制。



任务实施页



## 第五步

## 检查控制

在规定时间内，团队负责人应及时召集成员对搜索成果进行研讨，确定所选材料的正确性，并及时纠正偏差。



检查控制页



## 第六步

## 评价反馈

完成材料整理，调查团队开展队内反思和信息反馈，及时总结经验教训。



评价反馈页



任务评价



任务评价表



自评互评页





## 巩固提升

### 实施建议

一是梳理文案调查的工作过程和工作方法，为综合调查方法应用奠定基础。

二是反思在文案调查工作过程中缺少的理论知识，并在课后进行知识补充。



## 知识扩展

### 扩展阅读

关于某品牌牛奶发展优劣势的调查方案



# 任务三

## 调查材料分析与报告撰写



### 1. 知识目标

- (1) 掌握调查材料分析的程序和方法。
- (2) 掌握调查报告的结构和撰写方法。

### 2. 技能目标

- (1) 能合理选用分析方法对调查材料进行客观分析。
- (2) 能设计调查报告结构并规范撰写文案调研报告。

### 3. 素质目标

- (1) 提升职业信誉，增强诚信意识。
- (2) 提升职业意识，坚守职业良心。
- (3) 履行职业责任，保持严谨之心。



经文案调查工作实施，团队已获取了大量关于调查主题的文献资料，但资料较为碎片化，资料之间的关联性和逻辑性尚未建立，较难从中提取重要信息。然而，对调查材料展开科学分析，是将其转化为调查报告的关键所在。为此，团队负责人需及时召集组员，学习调查材料的分析方法，厘清材料间的关系，并进行序化和组合。除此之外，团队还需确定调查报告的类型，收集调查报告撰写模板，高质量完成调查报告的撰写。



想一想



任务知识

## 一、调查材料分析与报告撰写



教学视频

调查材料分析与报告撰写



定性分析法认知判断



定量分析法认知判断



## 二、调查报告的格式规范



测一测



## 1. 实训主题

主题1：高校学生对常见饮料的消费习惯调查报告。

主题2：高校学生对牛奶制品的消费习惯调查报告。

主题3：高校学生对方便食品的消费习惯调查报告。

主题4：高校学生对饼干蛋糕的消费习惯调查报告。

主题5：高校学生对坚果炒货的消费习惯调查报告。

主题6：高校学生对休闲零食的消费习惯调查报告。

主题7：高校学生对办公用品的消费习惯调查报告。

主题8：高校学生对校内超市的服务期望调查报告。

## 2. 实训要求

请以团队为单位，完成调查材料分析和报告撰写。



### 第一步

#### 明确任务

调查团队应及时召开会议，探讨任务的具体实施要点，并向老师咨询和汇报任务实施方向。



工作任务页



### 第二步

#### 制定计划

经老师指导，调查团队基于任务要点优化分工以加强执行力度，同时完善协作机制，确定任务完成时段和阶段任务成果。



工作计划页



### 第三步

#### 做出决策

各调查团队负责人及时向老师汇报工作计划，征求老师的指导建议；修订计划，并由团队负责人决策实施。



工作决策页



#### 第四步

#### 实施计划

团队负责人对各成员的工作过程进行指导、指挥、协调和控制，并及时召集成员就材料的相关性和实用性进行头脑风暴；根据材料分析情况，及时开展调查报告撰写工作。



任务实施页



#### 第五步

#### 检查控制

在材料分析和报告撰写过程中，各团队应建立检查控制机制，边分析边反思，边写作边审稿，确保整个活动过程不偏离主题。



检查控制页



#### 第六步

#### 评价反馈

报告撰写完成后，团队负责人及时召集成员对报告内容的逻辑性和准确性进行最终梳理并提交平台，交授课老师审稿，寻求修改完善方向。



评价反馈页





## 任务评价



任务评价表



自评互评页



## 巩固提升

### 实施建议

一是查阅不同类型的市场调查报告，梳理差异，寻找可借鉴利用的方式和方法。

二是调查团队对文案调查报告进行论证，反复修改提炼，感受高质量报告的形成过程。



## 知识扩展

### 扩展阅读

调查报告案例



# 任务四

## 文案调查报告汇报与答辩



### 1. 知识目标

- (1) 了解文案调查与需求预测的关系。
- (2) 了解报告的汇报方法和答辩技巧。

### 2. 技能目标

- (1) 能高质量完成PPT制作。
- (2) 能清晰地完成主题汇报。
- (3) 能够准确回答听者提问。

### 3. 素质目标

- (1) 提高自己的心理素质。
- (2) 提高自己的表达能力。



经过团队齐心协力的工作，在反复论证和修改的基础上完成了文案调查报告。根据工作计划，团队需向超市店长和实训指导老师做成果汇报，以判定工作质量，以及是否需继续完善文案调查工作或进入询问调查阶段。因此，调查团队需及时梳理成果内容，在提交纸质版调查报告的同时做好汇报PPT，选定汇报人，按约定时间开展调查报告汇报工作。



搜一搜



任务知识

## 一、文案调查报告汇报与答辩



教学视频

文案调查报告汇报与答辩



想一想



## 二、市场调查报告汇报案例



## 视频案例 调研报告口头汇报



评一评



知识测验



测一测



实训内容

### 1. 实训活动

活动1：各团队代表汇报调查报告并答辩。

活动2：各团队认真听汇报，做交流准备。

### 2. 实训要求

以团队为单位，准备汇报答辩。

### 第一步

#### 明确任务

调查团队应及时召开汇报答辩工作会议，探讨任务的具体实施要点，并向老师咨询和汇报任务实施方向。



工作任务页



### 第二步

#### 制定计划

各团队基于任务要点，分工协作，制定任务完成时段，并陈述各阶段任务成果。如由谁制作PPT？谁负责汇报？谁负责做预测分析？



工作计划页



### 第三步

#### 做出决策

各团队负责人及时向老师汇报工作计划，征求老师的指导建议，及时修订计划并决策实施。期间团队负责人需对各项工作的推进负责。



工作决策页



## 第四步

## 实施计划

团队负责人对各成员的工作过程进行指导、指挥、协调和控制，并及时召集成员就工作中的问题进行集中商议。



任务实施页



## 第五步

## 检查控制

在需求预测和汇报材料准备结束后，团队负责人应及时召集成员对预测结果做最后验证，并组织成员进行模拟汇报和模拟答辩。



检查控制页



## 第六步

## 评价反馈

当调查团队代表上台汇报时，其他成员要做好答辩支援准备；此时，其他调查团队要做好提问及点评准备。



评价反馈页



任务评价



任务评价表



自评互评页



巩固提升

### 实施建议

一是认真梳理超市店长和实训指导老师的点评与建议，对调查报告进行全面自诊。

二是团队对调查报告进行修改和完善，对汇报PPT进行美化，然后录制汇报视频。



知识扩展

扩展阅读

市场调查与市场预测



## 参考文献

- [1] 彭娟,覃常员.市场调查与预测实训[M].大连:大连理工大学出版社,2019.
- [2] 肖苏,张建芹.市场调查与分析[M].北京:人民邮电出版社,2017.
- [3] 何瑞,仲蓬.市场调查与预测[M].沈阳:东北大学出版社,2015.
- [4] 王文华.市场调查与预测[M].北京:中国物资出版社,2010.
- [5] 苗成栋,孙洪霞,金志涛.市场调查与预测自主学习手册[M].北京:教育科学出版社,2016.
- [6] 张丽华.市场调查与预测[M].北京:中国人民大学出版社,2017.
- [7] 黄慧化,陈学忠.市场调查实务一项目教程[M].北京:电子工业出版社,2017.
- [8] 陈兵.市场调查与预测[M].北京:电子工业出版社,2018.

# 版权声明

本教材中以下富媒体资源来源于互联网及其他出版物，仅供教学使用；如存在版权问题，请邮件联系 [service@mosoink.com](mailto:service@mosoink.com)。

位置	声明
封面	作者：freepik   freepik
章图	作者：katemangostar   freepik
icon	作者：macrovector   freepik
icon	作者：vector4stock   freepik
icon	作者：johnstocker   freepik

位置	学习点
情境四任务二	实验调查方案撰写
情境五任务四	精英赛决赛视频