**《商业统计调查分析》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 学科基础课程 | **课程性质** | 必修 | **课程属性** | 理论 |
| **课程名称** | 商业统计调查分析 | **课程英文名称** | Business Statistical and Survey Analysis  |
| **课程编码** | F03XB22E | **适用专业** | 电子商务 |
| **考核方式** | 考试 | **先修课程** | 经济数学、经济学 |
| **总学时** | 48 | **学分** | **3** | **理论学时** | 40 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 实验学时：8 |
| **开课单位** | 金融与贸易学院 |

**二、课程简介**

《商业统计调查分析》是电子商务专业学科基础必修课程，是培养学生综合素质与创新能力的一门课程。本课程主要包括商业调查和统计数据分析两个部分，具有很强理论性和应用性，包括对市场调查活动整个流程与环节中具体方法、技术与规程的介绍，将案例与数据分析技术相结合，同时给出统计软件的操作过程。该课程有助于学生建立起自己提出问题、研究问题的路径，提升解决问题的能力。《商业统计调查分析》是一门注重方法的课程，需要基于问题，将市场营销、消费者行为、统计分析方法等进行综合运用于中国的实践。

**三、课程教学目标**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程教学目标** | **支撑人才培养规格指标点** | **支撑人才培养规格** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**学生需了解统计在社会经济应用及分析中的重要作用，理解市场调查的概念、作用和类型、市场调查的过程、问卷调查的方法、调查资料的整理、调查资料的统计分析。 | 4-2具备面向未来电商行业的大数据思维意识。5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。 | 4.基础知识5.专业性知识 |
| **能力目标** | **目标2：**熟练统计软件SPSS或Excel的基本操作，掌握调查方案设计、问卷设计、组织实施，逐步掌握市场调查与分析的思想和方法。 | 6-1具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相关知识。 | 6.工具性知识 |
| **素****质****目****标** | **目标3：**通过本课程的学习，引导学生在统计调查过程中实事求是、严谨求真和严肃认真的科学精神，为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。 | 3-4能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。 | 3.专业素质能力 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

**（一）理论教学**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块**  | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| 商业统计调查概述 | 4 | **重点**：市场调查的含义、分类与作用；市场调查的基本程序；市场调查的使用范围。**难点**：市场调查需遵循的道德伦理，引导学生关注社会现象和经济问题，为选择一个研究课题作铺垫。**思政元素**：引导学生在商业统计调查过程中信守合同、实事求是、公平交易、为客户保密。**教学方法与策略**：线下教学。从商业调查统计的定义和特征出发，结合全国大学生市场调查大赛的实践，引导学生对商业统计调查分析课程的作用和意义有一个初步的认识。 | **课前**：要求预习课本内容；**课堂**：要求同学进行分组完成课堂任务，要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：完成课后习题。 | 目标1目标3 |
| 市场调查方案设计 | 4 | **重点**：市场调查方案设计的重要性、市场调查问题的界定。**难点**：市场调查中的误差及其控制、市场调查方案的拟定。**思政元素**：搜集与分析我国经济社会热点，了解时事政治，分组讨论社会现象，增强团队意识。**教学方法与策略**：线下教学。确定市场调查问题的基本分析框架。课堂主要运用讲授法开展教学，分组讨论协作，辅以案例教学法使学生对知识有进一步的理解。 | **课前**：要求预习读课本内容；**课堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：要求学生自选一个主题，搜集资料为市场调查实验做准备。 | 目标1目标2目标3 |
| 数据收集方法 | 4 | **重点**：定性研究的数据收集方法、定量研究的数据收集方法。**难点：**各种数据采集方法的比较、数据采集方法的评价准则和选择原则。**教学方法与策略**：线下教学。对于不同类型数据收集方法在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，结合实际案例，辅以提问法使学生掌握基础理论知识。 | **课前**：要求预习课本内容；课**堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：完成课后习题。 | 目标1目标2 |
| 量表测量技术 | 4 | **重点**：测量与测量工具、量表的尺度与类型、量表信度与效度检验。**难点：**市场调查中的常用量表、量表质量的评价、信度与效度的区别与联系。**教学方法与策略**：线下教学。对于不同类型量表测量技术在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，结合实际案例，辅以提问讨论使学生掌握基础理论知识。 | **课前**：要求预习课本内容；课**堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：要求小组根据自选主题编制量表。 | 目标1目标2 |
| 问卷设计技术 | 4 | **重点：**问卷概述、问卷设计的原则与基本流程、问卷设计技术。**难点：**网上创建在线问卷。**思政元素：**设计一份高质量的问卷是一项极其复杂且具有相当难度的工作，问卷设计者需要具备较为广博的专业知识和严谨的科学态度。**教学方法与策略**：线下教学。对抽样方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法。 | **课前**：要求熟读课本内容；课**堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：要求小组网上创建在线问卷。 | 目标1目标2 |
| 抽样方法 | 4 | **重点**：抽样方法概述、非概率抽样技术、概率抽样技术。**难点：**概率抽样与非概率抽样的选择、概率抽样中合理抽样方法的选择、敏感性问题的抽样设计。**教学方法与策略**：线下教学。对抽样方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法。 | **课前：**要求预习课本内容；**课堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：完成课后习题； | 目标1目标3 |
| 样本量的确定 | 4 | **重点**：影响样本量确定的因素、不同抽样方式下样本量确定。**难点**：精度的表示方法、保证精度需要考虑的因素、分层抽样样本量的分配、。**教学方法与策略**：线下教学。对样本量确定的方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法。 | **课前**：要求预习课本内容；**课堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：要求学生根据自选主题确定所需要的样本量。 | 目标1目标2目标3 |
| 抽样估计 | 4 | **重点**：抽样设计加权与调整、总体均值、比例及总量的点估计。**难点**：调查估计量的抽样误差及区间估计、辅助信息的使用。**思政元素**：通过对“日常消费支出抽样估计”这一问题的探讨，引导学生树立正确的价值观和消费观。**教学方法与策略**：线下教学。对抽样估计的方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以案例教学法。 | **课前**：要求学生调查小组成员日常消费支出；**课堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：完成课后习题。 | 目标1目标3 |
| 单变量数据分析 | 4 | **重点**：变量规模、结构与比较分析的常用方法、不同尺度数据的集中度测度方法、不同尺度数据的差异性测度方法。**难点**：参数估计的两种形式、显著性检验的基本原理和步骤。**教学方法与策略**：线下教学。对单变量数据分析方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以提问、SPSS或Excel操作等方法帮助学生进一步的理解。 | **课前：**要求预习课本内容；**课堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：完成课后习题； | 目标1目标2目标3 |
| 多变量数据分析 | 4 | **重点**：双变量关联性分析、多变量方差分析、多变量相关分析与回归分析、因子分析。**难点**：线性回归分析的适用条件、应用过程与结果解释、Logistic模型的原理与应用。**思政元素**：以“婴幼儿奶粉市场收入和支出的研究”为例，引导学生分析消费行为，树立正确的金钱观与消费观。**教学方法与策略**：线下教学。对多变量数据分析的方法及原理在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法开展教学，辅以提问、SPSS或Excel操作等方法帮助学生进一步的理解。 | **课前**：要求学生探讨“婴幼儿奶粉市场收入和支出”这一问题；**课堂**：要求学生积极参与课堂讨论；**课后**：完成课后习题。 | 目标1目标2目标3 |

**（二）实践教学**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **实践类型** | **项目名称** | **学时** | **主要教学内容** | **项目****类型** | **项目****要求** | **支撑课程目标** |
| 实验 | 市场调查的组织与实施 | 4 | **重点：**必要的公关工作、调查前的准备。**难点：**数据收集过程、调查过程及调查质量的监控。**思政元素：**“招聘调查员”“访问中相关问题的处理”环节引导学生做到诚实认真、责任心强等优秀品质。 | 训练 | 在任课教师的指导下，每个小组学生认真完成市场调查的组织与实施。 | 目标2目标3 |
| 实验 | 撰写市场调查报告 | 4 | **重点：**调查数据处理与分析、、市场调查书面报告与口头报告的基本要求。**难点：**市场调查书面报告和口头报告的写作技巧、书面报告和口头报告的优点与缺点。**思政元素：**撰写市场调查报告撰写过程中，引导学生在处理数据的过程中坚持实事求实、严谨的科学态度。 | 综合 | 在任课教师的指导下，每个小组学生认真完成一份市场调查报告。 | 目标2目标3 |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、课堂表现（占10%）和考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.课堂表现 3.考勤** |
| 优秀（90～100分） | 1.作业书写工整、书面整洁；90％以上的习题解答正确。2.课堂上在探讨问题方面积极发言，善于提出问题，大胆尝试并表达自己的想法及观点。3.从不迟到、早退、无故旷课。 |
| 良好（80～89分） | 1.作业书写工整、书面整洁；80％以上的习题解答正确。2.课堂上在探讨问题方面较为主动发言，有提出一定的问题，并能比较有条理地表达自己的想法及观点。3.早退、无故旷课，迟到次数共少于2次。 |
| 中等（70～79分） | 1.作业书写较工整、书面较整洁；70％以上的习题解答正确。2.课堂上偶尔对问题的探讨进行发言，提出问题的次数较少，不太踊跃表达自己的想法及观点。3.早退、无故旷课，迟到次数少于3次。 |
| 及格（60～69分） | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60％以上的习题解答正确。2.课堂上对问题的探讨发言不积极，极少参与问题的讨论，不敢尝试并表达自己的想法及观点。3.早退、无故旷课，迟到次数少于5次。 |
| 不及格（60以下） | 1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40％的习题解答不正确。2.课堂上对问题的探讨发言消极，从不提出问题，不尝试并表达自己的想法及观点。3.早退、无故旷课，迟到次数达到5次及以上。 |

2.期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核****模块** | **考核内容** | **主要****题型** | **支撑目标** | **分值** |
| 市场调查概述 | 市场调查的含义与特点 | 选择题、判断题 | 目标1 | 2 |
| 市场调查的程序、主要内容和道德伦理 | 选择题、填空题、简答题 | 目标1 | 4 |
| 市场调查方案设计 | 市场调查方案设计的含义及重要性 | 选择题、判断题 | 目标1 | 2 |
| 市场调查问题的界定方法与技巧 | 选择题、填空题、简答题 | 目标2 | 4 |
| 市场调查方案设计过程、内容与技巧 | 选择题、填空题、简答题 | 目标3 | 4 |
| 数据收集方法 | 定性调查研究与定量调查研究方法的特点及其适用对象 | 选择题、填空题、简答题、分析题 | 目标1 | 4 |
| 定性及定量调查研究方法的特点、作用、实施步骤和适用场景 | 选择题、填空题、简答题、分析题 | 目标2 | 6 |
| 量表测量技术 | 量表的含义与作用、计量层次及类型、常用量表的表达格式、特点与作用 | 选择题、填空题、判断题 | 目标1 | 4 |
| 量表设计中需要考虑的主要因素、量表质量评价的一般方式与基本过程 | 选择题、填空题、简答题、分析题 | 目标1 | 4 |
| 信度与效度的含义及其区别与联系、信度与效度检验的方法 | 选择题、判断题、简答题、分析题 | 目标2 | 6 |
| 问卷设计技术 | 问卷的概念、作用与类型、基本结构、问卷设计的基本原则与基本流程 | 选择题、填空题、简答题 | 目标1 | 6 |
| 问卷中的设计原则与方法、问卷评估的主要内容与方法 | 选择题、判断题、简答题、分析题 | 目标3 | 4 |
| 抽样方法 | 非概率抽样技术含义、特点与作用 | 选择题、判断题、简答题、分析题 | 目标2 | 4 |
| 概率抽样技术含义、特点与作用 | 选择题、判断题、简答题、分析题 | 目标2 | 4 |
| 样本量确定 | 影响样本量确定的因素、不同抽样方式下样本量的计算方法 | 选择题、填空题、简答题、分析题 | 目标2 | 6 |
| 抽样估计 | 抽样设计加权与调整、总体均值、比例及总量的点估计、辅助信息的使用 | 选择题、填空题、计算题、简答题 | 目标2 | 6 |
| 市场调查的组织与实施 | 数据收集过程、调查过程及调查质量的监控 | 选择题、填空题、判断题、简答题 | 目标1目标3 | 4 |
| 调查数据处理与分析设计 | 问卷编码的规则和方法、缺失数据插补与离群值处理的方法、编制数据分析任务书的基本原则 | 选择题、判断题、填空题、简答题 | 目标2目标3 | 6 |
| 单变量数据分析 | 参数估计方法、集中趋势和离散程度的指标 | 选择题、计算题、简答题、分析题 | 目标2 | 4 |
| 显著性检验的基本原理和步骤 | 选择题、计算题、简答题、分析题 | 目标3 | 4 |
| 多变量数据分析 | 列联分析应注意的问题、双变量相关分析、一元线性回归分析的步骤 | 选择题、计算题、简答题、分析题 | 目标1目标2目标3 | 6 |
| 多变量方差分析应注意的问题、相关分析与回归分析的联系和区别、Logistic模型的原理、因子分析的基本原理 | 选择题、计算题、简答题、分析题 | 目标1目标2目标3 | 6 |

1. **教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上其他： |
| 2 | 课程时间 | 周次：1-16节次：3节/周 |
| 3 | 授课地点 | 教室 □实验室 □室外场地 □其他：  |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信，上班时间线下地点及时间安排：上课教室或办公室，课间或课后 |

**七、选用教材**

[1]徐映梅.市场调查理论与方法[M].北京:高等教育出版社,2018年9月.

**八、参考资料**

[1] 贾俊平、何晓群、金勇进.统计学（第8版）[M].北京：中国人民大学出版社，2021年10月.

[2] 简明、金勇进、蒋妍、王维敏.市场调查方法与技术（第4版）[M].北京：中国人民大学出版社，2018年8月.

[3] 吴明隆.问卷统计分析实务[M].重庆：重庆大学出版社，2018年1月.

**网络资料**

[1]中国商业统计学会 http://www.china-cssc.org/

[2] 中国大学MOOC https://www.icourse163.org/

[3]市场调查之家微信公众号

[4]抽样调查之家微信公众号

大纲执笔人：熊炬成

讨论参与人：李欣原

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝