



## 一、市场研究基础知识

- 市场研究行业发展概况
- 营销管理与市场研究（与企业决策的相关性）
- ◇ 企业信息系统的组成部分与提供
- ◇ 企业营销计划各阶段所需进行的市场研究类别
- ◇ 企业委托市场研究项目的步骤及注意事项
- ◇ 市场研究公司执行项目的一般流程
- 市场研究专题的基础概念
- ◇ 一手资料与二手资料
- ◇ 定性研究与定量研究
- 常用的调研方法介绍
- 研究专题模型：
- ◇ 使用习惯与态度研究(U&A)
- ◇ 产品测试
- ◇ 价格测试
- ◇ 广告测试
- ◇ 品牌资产研究
- ◇ 顾客满意度研究
- ◇ 员工（内部）满意度研究
- ◇ 渠道研究（零售研究与消费者研究的互动关系）
- ◇ 商圈研究

## 二、调查问卷设计的知识与技巧

- 问卷种类与特点
- 问卷结构
- ◇ 封面
- ◇ 甄别问卷
- ◇ 主体问卷
- ◇ 背景资料
- 问题形式与应用条件
- 量表
- ◇ 何为量表
- ◇ 量表类型详解
- ◇ 量表类型应用的对比分析
- 设计原则
- 设计技巧
- ◇ 考虑研究目的
- ◇ 考虑被访者
- ◇ 考虑访问员
- ◇ 考虑数据的处理
- 实例讲解

## 三、如何进行项目实地操作和质量控制

- 项目操作流程
- ◇ 项目计划的制订
- ◇ 前期工作准备
- ◇ 项目培训
- ◇ 访问实施
- ◇ 项目总结
- 质量控制要素
- ◇ 人员的要求
- ◇ 复核的基本内容
- ◇ 复核的方法及比例
- ◇ 复核实施
- ◇ 复核工作总结

## 四、统计学基础及 Spss 介绍

- 统计学基础知识
- ◇ 基本概念：总体、样本、样本量、误差评估
- ◇ 数据类型与统计方法
- SPSS 结构介绍
- ◇ 数据结构
- ◇ 统计分析模块
- ◇ 统计图模块
- SPSS 中常用的统计方法（菜单）介绍
- ◇ Frequency（频数）的操作与分析
- ◇ Cross-table（交叉表）的操作与分析
- ◇ Means（平均数）的操作与分析
- ◇ select（选择）的操作与分析
- ◇ Correlate（相关）的操作与分析
- ◇ Regression 过程（回归）的操作与分析

## 五、心理学基础及运用

- 心理学概述
- ◇ 心理学的界定
- ◇ 心理学的分类
- ◇ 心理学研究方法
- ◇ 心理学系列概念
- 社会知觉
- ◇ 他人知觉
- ◇ 自我知觉
- ◇ 知觉偏差与归因
- 行为的影响
- ◇ 动机形成
- ◇ 态度与行为
- ◇ 社会影响方式
- ◇ 团体行为研究
- 商业心理学应用
- ◇ 商业心理学定义及深层研究法
- ◇ 消费者心理学界定和研究方法
- ◇ 产品测试、消费者调查及市场分析
- 广告心理学
- ◇ 广告中的心理学方法
- ◇ 广告设计心理
- ◇ 广告色彩心理
- ◇ 广告包装与命名心理
- ◇ 广告美感心理
- ◇ 广告逆反心理
- ◇ 广告文化心理
- ◇ 广告测定的心理学方法