

# 第三届 CMAU 全国大学生市场研究与商业策划大赛

## 培训大纲

章节	题目	内容	备注
<b>第一部分 问卷设计与数据收集</b>			
目的：掌握调研问卷的设计技能与方法，能够根据调研目的独立设计问卷问题，实现对数据的收集与整理，并能够实现较为复杂的质量控制需求，如样本对象特征、问卷显示逻辑、数据质量判断等			
1.1	市场调研方法简介	市场调研的目的 市场调研的方法：定性与定量 问卷调研方法简介 调研平台介绍	1 课时
1.2	如何选题	选题的重要性 如何发掘真实的市场调研问题 如何设计合理的调研规划 如何选取适合的分析方法 如果基于调研结果解决实际问题	1 课时
1.3	定性调研	定性调研的特点、优势与劣势 定性调研的常用方法介绍 定性调研的分析方法 定性调研结果的解读与呈现	1 课时
1.4	问卷设计的基本步骤	调研目标的确定 理论模型的构建 问卷问题的选取与设计 问卷题型的介绍（单选、多选、量表题等） 特殊题型的介绍（管道引用、逻辑控制、质量控制类题目） 问卷的修订	1 课时
1.5	抽样方法	随机抽样 分层抽样 整群抽样 系统抽样 非概率抽样方法	1 课时

1.6	数据收集与预处理	样本量估算 目标样本的设定 问卷的前测 问卷的发放与数据收集 数据预处理 信效度分析	1 课时
<b>第二部分 数据建模与分析</b>			
<p>目的：能够对收集到的数据进行有效合理的分析，并能准确呈现与理解分析的结果，包括使用可视化的方式（如热力图、饼图、柱状图等）与推断统计分析（如相关分析、回归分析、方差分析等），以及掌握较为复杂的数据分析过程与方法（如随机实验、追踪调查、自然语言处理、图像识别等）</p>			
2.1	描述性统计、相关分析与回归分析	描述性统计 -常见描述性统计方法 -直方图、饼图、折线图等 相关分析 -概念、原理与方法 -案例演示分析 回归分析 -概念、原理与方法 -案例演示分析	1 课时
2.2	交叉表分析、卡方分析、方差分析	交叉表分析 -原理与应用 -案例演示分析 卡方分析： -概念、原理与方法 -案例演示分析 方差分析 -概念、原理与方法 -单因素与多因素方差分析 -案例演示分析	1 课时

2.3	逻辑回归、中介效应与调节效应	<p>逻辑回归</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-概念、原理与分类</li> <li>-对系数的解读</li> <li>-案例演示分析</li> </ul> <p>调节效应</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-概念与原理</li> <li>-不同类型变量的调节效应分析</li> <li>-案例演示分</li> </ul> <p>中介效应</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-概念、原理与方法</li> <li>-中介效应的分析步骤</li> <li>-案例演示分析</li> </ul>	2 课时
2.4	聚类分析与 CBC 联合分析	<p>聚类分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-聚类分析的概念与目的</li> <li>-应用场景</li> <li>-案例演示分析</li> </ul> <p>CBC 联合分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-联合分析的概念与目的</li> <li>-联合分析的原理</li> <li>-案例演示分析</li> </ul>	1 课时
2.5	结构方程模型	<p>结构方程模型的概念与目的</p> <p>结构方程模型的原理</p> <p>测量模型与结构模型</p> <p>主要指标解读</p> <p>模型的修订</p> <p>案例演示分析</p>	1 课时
2.6	非结构化数据分析	<p>文本分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-文本分析的原理</li> <li>-文本爬虫技术简介</li> <li>-词云分析</li> <li>-情感分析</li> <li>-案例演示分析</li> </ul> <p>图片分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-图片分析的原理</li> <li>-图片文字识别分析</li> <li>-图片物体识别分析</li> <li>-案例演示分析</li> </ul>	1 课时
<b>第三部分 市场调研报告撰写与行业发展动态</b>			
目的：能够根据调研分析的结果，撰写研究报告，准确呈现与理解数据分析的结果，并对分析结果进行解读			

3.1	调研报告撰写	选题的重要性 调研报告的结构 调研结果的呈现方式 针对分析结果的讨论 报告撰写的注意事项 案例分析	2 课时
<b>第四部分 商业计划书撰写</b>			
目的：能够基于市场调研的结果，提出具体的商业策划方案，以解决实际问题，并对实施方案的可行性、有效性等进行评估			
4.1	实施方案	实施方案的依据——调研报告 实施目标 具体策略与步骤 实施方案的计划安排	1 课时
4.2	可行性分析	成本分析 人力资源投入分析 其他所需资源分析及可行性 成本—绩效分析	1 课时
4.3	预期效果评价	预期实施效果估计 预期效果的评价标准 实施方案的动态优化	1 课时
<b>第五部分 业界人士圆桌论坛</b>			
目的：与业界人士进行分享交流，了解市场调研与商业策划行业的发展动态与方向，明确如何学以致用，为个人职业发展提供帮助与建议			
5.1	业界人士 圆桌会议	市场调研与商业策划行业的发展 从业人员所需要的素质与技能 在大学期间所需要做的准备 职业发展方向	2 课时

具体培训内容请以届时大赛通知为准

大赛官网：<https://contest.cmau.org.cn>

大赛公众号：

