

## Special Topics in Marketing

课程编号: 02814680                      授课对象: 研究生  
学 分: 2 学分                          任课教师: 符国群  
课程类型: 必修                          开课学期: 2014 秋  
先修课程: 消费者行为学、营销模型、研究方法

---

任课教师联系方式: 62765140; fugq@gsm.pku.edu.cn

辅导、答疑时间: 周五全天

授课时间: 周四下午 2:00-5:00

授课地点: 1-201

### 一、项目培养目标

学习目标 1 系统掌握从事学术研究所需要的专业知识及理论。

具体目标 1、系统掌握本学科基础知识及基本理论

具体目标 2、掌握本学科前沿知识和理论、具有足够的相关领域的知识

具体目标 3、熟练掌握本学科的研究方法

学习目标 2 具有从事创新性研究的能力; 能够撰写并发表高质量的毕业论文和学术论文

具体目标 1、撰写高质量的毕业论文和学术论文

具体目标 2、具有高水平的分析能力和批判思维能力, 能够创造性地解决问题

学习目标 3 具有宽阔的国际视野, 能够与国际学者进行交流、合作的能力。

具体目标 1、具有优秀的口头交流和文字交流能力

具体目标 2、能够熟练地运用至少一门外语进行学术交流与沟通

学习目标 4 了解学术伦理, 具有强烈的社会责任感、关注社会问题

具体目标 1、了解社会责任感的重要性

具体目标 2、了解学术生涯中的学术道德问题

具体目标 3、关注现实社会问题

### 二、课程概述

本课程从方法论、质性研究的地位与作用、跨学科融合角度讨论营销研究中面临的种种问题与困惑, 试图在先行课程如消费者行为专题、营销模型专题、营销战略专题等课程学习的基础上, 从更宏大的视野, 思考和讨论未来的营销学者如何进行研究定位, 如何将自己的研究与实践和理论关联, 如何欣赏各种不同的研究范式, 同时了解各种范式下的研究所拥有的长处与短处, 并在此基础上发展起评价现有营销理论、营销研究方法和营销研究成果的能力。

课程主要涵盖三部分内容：（1）社会科学及其方法论；（2）质性研究的地位与作用（3）多学科理论与方法的赏析与评价。

三、课程目标（包括学生所提高的技能要求），本课程目标如何服务于项目的培养目标

- 1、通过了解社会科学的方法论，明晰认识、理解社会的哲学基础，及各种研究方法背后的逻辑，从而发展起对特定研究方法的兴趣，同时理解各种研究方法固有的长处与短处，从而使学生能更好选择、运用特定研究方法开展学术研究。
- 2、了解各种不同的质性研究方法，尤其是个案分析方法、扎根理论、内容分析法、参与观察法、历史研究法。在了解这些质性方法的基础上，能够运用它们开展营销相关研究。
- 3、通过赏析多学科下各种主要理论及形成过程、所用研究方法，理解不同社会学科在方法和方法论上的共性与个性，并思考在市场营销研究领域，如何选择具有现实与学术意义的主题，构建和检验理论。

四、内容提要及学时分配

- （一）课程介绍与互动（3小时）
- （二）什么是科学（3小时）
- （三）社会科学方法论：实证与诠释（3小时）
- （四）定性研究方法：内容分析与个案研究（3小时）
- （五）定性研究方法：扎根理论（3小时）
- （六）经济学：经典理论及背后的方法论（3小时）
- （七）心理学：经典理论及背后的方法论（3小时）
- （八）社会学：经典理论及背后的方法论（3小时）
- （九）营销学：历史、理论与方法（3小时）
- （十）社会阶层分化与消费者行为（3小时）
- （十一）移动互联网时代的消费者行为（3小时）
- （十二）文化与营销（3小时）

五、教学方式

讲授（30%）+互动（30%）+阅读与课程报告（40%）

六、教学过程中 IT 工具等技术手段的应用

七、教材

- 1、汉斯·波赛尔著（李文潮译）：《科学：什么是科学》，上海三联书店，2002年
- 2、卡尔·波普尔：《科学发现的逻辑》，中国美术学院出版社，2008年
- 3、托马斯·库恩著：《科学革命的结构》（第四版），北京大学出版社，2003年
- 4、凯西·卡麦兹：《建构扎根理论：质性研究实践指南》，重庆大学出版社，2009年
- 5、肯·史密斯，迈克尔·希特：《管理学中的伟大思想》，北京大学出版社，2010年

## 八、参考书目

- 1、劳伦斯·纽曼：《社会研究方法》，中国人民大学出版社，2007年
- 2、李平、曹仰锋主编：《案例研究方法：理论与范例——凯瑟琳·艾森哈特论文集》，北京大学出版社，2012年
- 3、亚当·斯密（郭大力、王亚南译）：《国民财富的性质和原因的研究》，商务印书馆，2012
- 4、凯恩斯（高鸿业译）：《就业、利息和货币通论》，商务印书馆，2013
- 5、马克斯·韦伯：《新教伦理与资本主义精神》，陕西师范大学出版社，2007年
- 6、Abraham Kaplan, *The Conduct of Inquiry——Methodology for Behavior Science*, Transaction Publishers, 2009

## 九、教学辅助材料，如 CD、录影等

## 十、课程学习要求及课堂纪律规范

- 学生有责任出席每一堂课，如果临时出现身体或其他特殊情况不能上课，应提前与老师联系并说明原因。旷课将影响本课程成绩，旷课3次（含3次）以上者，课程不计成绩，需重修。
- 学生有责任提取阅读指定学习材料，并积极参加课堂讨论。
- 不迟到、不早退。上课时将手机等电子设备关闭或置于静音状态。
- 按时、按规定格式提交作业和课程报告。

## 十一、学生成绩评定办法（需详细说明评估学生学习效果的方法）

- 1、平时成绩（20%）
- 2、阅读心得（30%）
- 3、课程报告（50%）