# 研究院调研报告工作计划(优选6篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-01-18

*研究院调研报告工作计划1>一、调研活动1、小型调研活动。在工作开展初期进行一次小型调研活动（主要集中在校本部），主要是为了使各位成员重新熟悉有关调研活动的各项流程以及注意事项，为后期大型调研活动的顺利开展做准备。活动时间：4月7日——4月3...*

**研究院调研报告工作计划1**

>一、调研活动

1、小型调研活动。

在工作开展初期进行一次小型调研活动（主要集中在校本部），主要是为了使各位成员重新熟悉有关调研活动的各项流程以及注意事项，为后期大型调研活动的顺利开展做准备。

活动时间：4月7日——4月30日

具体时间：调研主题：4月7日——4月11日

调研问卷：4月12日——4月18日

调研报告：4月19日——4月25日

报告审改：4月26日——4月30日

2、大型调研活动。

作为调研部的代表性活动，在以上小型调研活动以及各种准备的前提下，计划将开展全校性的大型调研活动，特别是计划与东校区联手，加强两校区的交流与合作，将调研工作全面展开。

活动时间：5月3日——6月6日

具体时间：调研主题：5月3日——5月9日

调研问卷：5月10——5月16日

调研过称：5月17日——5月23日

调研报告：5月24日——5月30日

报告审改：5月31日——6月6日

>二、调研之窗

每周出一期调研之窗，具体内容由党团委指派任务或内部自行考虑决定，内容具体为关注社会热点话题及与同学们的生活，学习息息相关的方面。

时间安排：第7周——第14周每周一期（共8期）

形式安排：A3版两张

流程安排：

1、例会（周六晚）确定主题。

2、周三定初稿。

3、周四老师审批。

4、周五根据老师意见修改。

5、周六印刷、例会后张贴。

人员安排：采用分组负责制。A、B两组轮流负责。

内容安排：社会热点及与同学们息息相关的话题

>三、调研报告征集活动

暑假前号召各二级团组织积极引导大学生进行社会实践，暑假后举行暑期社会实践报告征集活动，做好暑期社会调查报告的评选和表彰优秀调查报告的工作。

>四、与其他部门合作及其其他活动

配合其他部门开展工作，负责信息收集，反馈和预测工作，协助其它部门做好事前调查、事后研究。加强校学生会与各二级学院之间的交流与合作，支持和帮助各二级学院开展与调研相关可丰富同学生活、富有教育意义的活动。

>五、人员培训问题

针对工作需要，本学期要特别加强本部人员的能力培养，加强实战锻炼，让其有更多的机会展现自己。并且上个学期新老校区调研部内部缺乏交流合作，许多工作做得不够到位。本学期，要加强联系，要经常做工作交流，每次会议都有一段时间是内部学习的时间（包括自由例会），与会者分享学习、工作、生活中的\'心得，领悟做人处事的道理。

>六、扩大调研部的影响力

本年度应继续大力加强本部的宣传工作，尽管以往一直在加强本部的宣传力度，但是本部做出的成绩大部分未被外界所知，以致广大同学对调研部缺乏了解。本年度本部应继续加大宣传力量，本部所做出的的报告，所得反馈信息尽量投向校网站，校报和人人网，必要的话以海报形式张贴于众。

**研究院调研报告工作计划2**

>一、信息稿的征集与发送

信息稿的传发一直是我们部门的重点工作之一。作为我们部门特色的工作，我们部门将发动本部门干事、系里同学积极撰写信息稿。由于新同学们初来乍到，可能撰写的信息稿格式不太规范，我们部门将对征集来的信息稿加以筛选、修改，同时我们部门将会到系里各班进行说明撰写信息稿的有关注意事项，相信我们部门征集来的信息稿质量将越来越高。随着部门里新干事对部门工作的熟悉相信我们部门将更好地完成这项常规工作。

>二、实时微博

自从上学期以来，我们部门增加了微博的发送这项常规工作，这让我们部门的工作更有积极性，更富有趣味。随着网络的发展，网络宣传也是一种不可忽视的力量，微博具有实时、简洁等特性，这让同学们更便捷地获得学校里的实时动态、新闻资讯等，经过一学期的工作，我们部门已经可以很熟练地发腾讯微博，同时，我们部门的干部也对新干事进行了转发微博的指导，我们部门很有信心，能更好地将这份工作做得更好。

>三、干事培训

随着部门的干事对部门的工作越来越了解，渐渐也融入了团总支这个大家庭，工作也渐渐步入正轨，我们部门干部将进一步引导他们做好部门里的每一份工作，同时拉近与新干事们间的距离，使部门里更加和睦，更加有凝聚力。加入部门不仅仅能让干事学会怎样去做好工作，更重要的是让干事能更好地得到锻炼，怎样去处理人际关系等等。

>四、协助工作

俗话说：“一箭易断，十箭难折。”团总支各部门间应当互助友爱，针对此次素质拓展部开展的“口才我来秀”活动，我们部门也积极地作出了宣传。即将到来的`校运会，我们部门也将会尽全力去协助工作顺利展开。只要团总支里各个部门需要我们的帮助，我部门也会不辞劳苦地去帮忙，这样既能锻炼干事们的能力，又能增加部门间的沟通。

时间在流逝，光阴在老去。当失去的不再拥有，你还有多少青春值得挥霍?因为时间，当我们回过头才发现，逝去的历程是那么的脆弱。

**研究院调研报告工作计划3**

>一、xx市微波炉背景分析

随着市场经济的发展，人们的工作生活变得日益繁忙，被世界誉为现代化厨房革命的标志产品微波炉以环保、健康、省时、省力、方便、卫生、安全的特点以及多种烹调方式迅速走入寻常百姓的家庭。人们日益体会到了微波炉烹饪带来的高效和便利，微波炉在大城市的家庭保有率不断的提升。

目前微波炉在xx的普及率还是很低的，xx市城镇居民的百户拥有量尚不足20台，在主要的家电产品中，微波炉的百户拥有量是最低的。xx市的微波炉市场已经进入快速的.增长期，微波炉的生产和销售每年均持续在相当高的增长水平。在这样的形势下，xx市的微波炉企业就应一方面抓紧时间进行生产规模的扩张，另一方面用心拼争国内、国际市场，以期在未来的市场竞争中处于更为有利的市场位置。

但是由于现今产品的同质化程度较高，差异化缩小，消费者购买趋向个性化发展，大多数企业运用价格战的手段已经不能吸引顾客，所以企业从思考微波炉外观、售后服务、促销活动等出发来吸引顾客购买产品。

xxxx微波率近期所推出“以旧换新”“微波炉没事培训班”等促销活动来招揽顾客，为了了解这次促销活动的可行性，我们做了这次市场调研来得出结果。

——20\_年5月国内微波炉市场前十强

名次品牌零售量份额零售额份额

(略)

>二、调查目的

本次市场调查在特定的微波率卖场中对目标顾客进行调查访问和观察法等以到达以下目标：

1、了解顾客在购买微波炉时是否看重品牌，以及是哪些品牌。

2、了解顾客看重微波炉的那些功能，外观、价格、售后服务等。

3、了解顾客在购买微波炉时，促销活动对购买行为的影响。

4、了解顾客对xx微波炉现行促销活动的评价。

5、了解顾客对“以旧换新”“微波炉美食培训班”活动的认可程度，并作消费者背景特征分析。

6、了解顾客对促销措施的期望。

>三、调查资料

>(一)消费者

1、消费者对微波炉的消费形态(消费观念、消费习惯)

2、消费者对微波炉品牌的看法(看重品牌、哪些品牌)

3、消费者对微波炉功能的要求

4、消费者对xx微波炉现行促销活动的看法

5、消费者对xx微波炉“以旧换新”和“美食培训班”等促销活动的认可程度

>(二)市场

1、xx市微波炉行业市场状况

2、xx市消费者购买力

3、xx市微波炉行业促销活动

>(三)企业自身

1、xx微波炉的产品特征

2、xx微波炉进行的促销活动

3、xx微波炉售后服务状况

>四、调查方法

以问卷调查为主：在特定的卖场对消费者进行问卷调查。

原因：

1、调查时间和调查人员有限，只能在特定的地点进行访问，数据代表性可能不够。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠

4、问卷调查费用低，成本低

>五、样本设计

调查决定采用配额抽样方法来进行样本的设计，调查对象及抽样如下：

消费者100位其中：家庭收入高35%中50%低15%；促销活动对其有影响的50%没影响的30%无所谓的20%；男50%女50%；交叉控制表没做。

要求：

被调查者或被调查者家属没有从事这一行业的。

被调查者没有在调查公司工作的。

调查人员不要有意或无意的提示被调查者。

>六、调查进度

第一阶段：初步市场调查1天

第二阶段：制定计划2天

审定计划半天

确定修正计划半天

第三阶段：问卷设计1天

问卷修改确认半天

第四阶段：实施计划2天

第五阶段：研究分析2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

>七、调查预算表：

(略)

**研究院调研报告工作计划4**

>一、指导思想

全面贯彻落实新课改精神，围绕学校工作计划和教学计划，坚持求真、务实的工作思路，调动全组教师的积极性，紧紧围绕课堂教学这个中心，构建高效课堂，全面提高教学质量。

>二、工作目标

1、创建高效课堂

(1)强化教学常规的落实，加大“学案导学”、“分层次教学”的推进力度，严格落实“先学后教，模块达标”的原则，强化优质教育资源的建设，提倡精品意识，细化过程，以高效的课堂铸就教学的高质量。

(2)优化教研组教学管理，改进和创新教学方法，以求课堂效益的最大化、最优化，力争在原有的基础上有更大的进步。

(3)各年级大力倡导、引导教师学习并掌握现代化教学技术，努力将现代教学技术与课堂教学整合，提高课堂的效益和容量，深刻理解“自主、合作、探究”学习的模式，改变“一言堂”“独角戏”的滞后教学方式，努力提升教育教学及管理能力和水平。

2、严格落实教学常规。围绕课堂抓常规， 并推陈出新，力争体现教研组的学科教学和校本课程的特色。

3、抓好集体备课。发扬组内同志的合作意识和团结协作的精神，集思广益，充分发挥集体的力量，强化教研组、备课组的\'集体备课，提高各年级的整体水平。

4、加强对年轻教师的培养。加强对年轻老师的业务培训和教育教学的指导，使其保质保量地完成教学任务。

5、积极参与校本课程、研究性学习的提升学科能力的开发，促进教师的业务水平和业务能力的提高。

>三、具体工作

(一)狠抓教学质量，坚持不懈、深入细致地抓好教学常规

1、强化集体备课

遵循 “三备”、“四定”、“五统一”的精神，“三备”即备大纲、备教材、备学生。“四定”即定时间、定地点、定课题、定主讲人。“五统一”即统一进度、统一要求、统一内容、统一作业、统一考查。各学科备课组保证每周至少一次集体备课，实行“中心发言人”的集体备课制，并展开小组讨论，每次主讲教师及备课组长要做好记录，做到集思广益，资源共享，优势互补，将集体备课落到实处，同时也促进备课组整体教学实力的增强。

2、狠抓课堂

(1)严格课堂管理，认识到位，并常抓不懈。

(2)努力创建高效课堂

在教学过程中，以教案、学案为依托，培养学生自主学习能力。提倡“三讲三不讲”。 “三讲”指讲重点、难点，讲易错、易混、易漏点，讲规律和方法;“三不讲”指学生已经会了的不讲，学生自己能学会的不讲，老师讲了学生也不懂的不讲，从而提高学生学习兴趣，提高课堂效率。

(3)探索适合本学科不同年段的课堂教学模式。学案、教材整合、合作探究、课件运用、辅助资料选用、习题讲评等环节如何有效衔接，达到课堂的高效，仍需探索并反思总结形成较成型的模式。

**研究院调研报告工作计划5**

为加强集团行政人事管理，提升下属单位内部管理能力，为集团业务转型及可持续发展提供有力的支持，集团人力资源部于9-11月份组织专人对下属单位现阶段普遍存在比较突出的人事管理问题进行调研。现将具体的调研工作计划安排如下：

>调研对象及时间安排

从9至11月份，由组织专人小组对全国四大片区中的重点单位进行调研。具体时间安排见（表一）

表一调研工作计划

>工作任务

为了有的放矢做好“调研”工作，切实深入基层了解情况、听取员工意见、帮助各单位解决行政人事管理疑难问题，本次走访主要完成以下六个方面工作：

一是深入员工基层与他们敞开心扉面对面的交流了解他们的生活情况、思想状态及现阶段公司管理存在问题和急需要改善的地方；

二是对各单位现配置的岗位人数是否合理、岗位职责与工作内容划

分是否清晰和部门结构设置是符合实际要求等三方面进行调查和分析，并与单位负责人或管理人员共同讨论，结合单位现阶段客观情况及明年业务发展规划等为基准，协助他们制定下一年度《组织架构与人员定编定岗方案》；

三是针对部分单位现阶段员工普遍流失，反映工资水平偏低的状况，与单位负责人面谈以了解具体的情况，在征求单位负责人同意的情况之下，根据当地生活水平及单位经济效益对员工工资标准水平进行适当的调整，并制定《员工薪资福利方案》；

四是对部分内部管理不完善、业务开发进展缓慢的单位，将根据实际情况的需要，制定相关管理制度和实施骨干人才招聘指导；

五是对各单位员工《劳动合同》签订情况、《员工花名册》内容的完整性进行现场抽查，并对其中发现的问题给予纠正和指导；

六是组织各单位员工开展以职业生涯规划为主，人事管理流程为辅的精确定位培训。

>工作目标

一是掌握基层员工想法和现阶段单位存在的问题，为改善公司的内部管理提供依据，确保集团总部与基层员工的有效沟通，达到了解基层员工及管理现状；

二是通过制定《组织架构与人员定编定岗方案》，明确规定各部门各岗位的工作职责与工作内容、合理确定各岗位配置人数，保证经济效益与人员需求的均衡发展，实现人工成本预算的准确性；

三是通过制定较合理的《员工薪资福利方案》，以消除前期员工因工资标准偏低所产生的不满情绪、工作效率低下和员工严重流失的现象，进一步提高员工工作积极性，促进单位和员工之间的和谐发展；

四是为部分单位制定内部管理制度及实施骨干人才招聘指导，有利于提高单位的管理水平和突破当地业务市场开发的瓶颈，实现经济收入的增加；

五是通过检查各单位《劳动合同》、《员工花名册》的情况，有利于促进集团员工信息化管理，推进集团信息化管理建设进程；

六是通过精确定点培训，为基层员工提供职业发展方向，提高他们工作热情和干劲，更好地公司发展奉献个人的力量。

**研究院调研报告工作计划6**

>一、调研背景

我公司在充分考察此刻化妆品市场竞争状态的状况下，结合我公司目前对轮藻的研究水平，决定进行化妆品的研发生产。为了了解市场需求，为制定公司的相关策略，我们决定进行一次新产品开发前的市场调研，迎合消费者之需，做到有的放矢。

>二、调研目的

为了给新产品开发带给客观数据支持，本次市场研究工作的主要目的是：

1、了解消费者对男士护肤霜的消费现状，分析男士护肤霜市场的竞争态势，了解男士护肤霜的市场容量，为新产品市场定位带给依据;

2、研究男士护肤霜消费者的消费心理、动机及其消费行为特点，为新产品确定目标消费群并为制作广告带给参考依据;

3、了解消费者获取化妆品的具体渠道，为新产品上市推广策略的制定带给依据;

4、了解消费者对本公司新产品——男士护肤霜的理解程度。

>三、调研资料

根据上述研究目的，我们本次调研资料主要包括如下各项：

1、了解消费者对男士护肤霜的消费现状，分析男士护肤霜市场的竞争态势，了解男士护肤霜的市场容量，为新产品市场定位带给依据。所需信息主要有：

◇了解消费者购买男士护肤霜时所思考因素(包装、渠道等)。

◇了解此刻男士护肤霜市场上的竞争对手，以及其市场占有率(明确自己的市场地位及竞争对策)。

2、探究男士护肤霜消费者的消费心理、动机及其消费行为特点：

◇了解消费者购买男士护肤霜的目的(广告诉求点)。

◇消费者了解男士护肤霜的主要途径(广告宣传渠道选取)。

◇了解消费者的在化妆品方面的消费水平(据消费水平进行市场细分)。

3、了解消费者对本公司新产品—男士护肤霜的理解程度：

◇被访者对我公司所开发新产品的理解程度。

◇被访者对新产品开发的推荐及意见。

>四、目标被访者定义

因本次调查是一项探索性研究，要求样本要有广泛的代表性，以期能够基本反映消费者对男士护肤霜的认知和评价，以及对本产品的理解程度和期望：

◇其亲戚朋友不在化妆品公司或广告公司工作。

◇年龄在20—50岁之间，衣着讲究者。

>五、调查方法与抽样设计

根据本调研的特点，本次调查方法与抽样设计为：

◇本次调研采用问卷式。

◇访问采用街头拦截式。

>六、样本量

思考到本次市场研究对样本量的要求、成本方面的经济性及时间问题，本次研究对消费者调查所需要的样本量约为300个。(由于时间等原因实施时为110个)

>七、访员安排

1.本次调查由我公司营销部门人员完成。

2.正式调查前由新产品开发的技术人员对访员进行专业知识的培训，以确保调查工作质量。

>八、质量控制与复核

1.为保证调查质量，我们采取2人/组调查方式，一审二审复核制。

2.我们将实行一票否决值，即发现调查员一份问卷作弊，该调查员所有问卷作废。

>九、数据录入与处理

参与本产品开发调研的数据录入人员及编码人员将参与问卷的制作与调查培训;在数据录入后需抽取10%的样本进行录入复核，以保证录入质量;数据处理采用SPSS软件进行。

>十、研究时间安排(自项目确定日起)

4月16日—4月20日：方案与问卷设计

4月21日—4月24日：调查实施

4月25日—4月27日：数据处理与分析

4月28日—5月1日：报告撰写与发布

>十一、费用预算

项目费用预算约为元，其用途分别如下：

1、问卷设计、问卷印刷150

2.调查与复核费用500

3.数据处理(编码、录入、处理、分析)500

4.报告撰写与制作700

合计：1850

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！