

淡江大學100學年度第2學期課程教學計畫表

課程名稱	市場調查與預測	授課 教師	李芸蕙 LEE, YUN-HUEI
	MARKET SURVEY AND FORCASTING		
開課系級	企管三P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMBXB3P		
系（所）教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 一般管理能力。</p> <p>B. 企管專業能力。</p> <p>C. 產業經營能力。</p> <p>D. 企業倫理與工作態度。</p>			
課程簡介	本課程之教學目的是培養學生對於市場調查的基本觀念、理論基礎與認知，並培育學生具備市場調查的基本能力及資料分析的敏感度。		
	The purposes of this course are to foster students' basic concepts and theories of market survey, and to develop students' abilities including decision making and data analysis.		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	學生將能了解有關市場調查與預測的相關主題	1. Students will be able to understand various topics related to Market Survey, such as marketing research process, questionnaire design, research methodology, etc.	C3	AB
2	學生將能發展制定決策與資料分析之能力	2. Students will be able to develop decision-making and data analysis abilities.	C4	AB

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	學生將能了解有關市場調查與預測的相關主題	講述、討論、實作	紙筆測驗、實作、報告、上課表現
2	學生將能發展制定決策與資料分析之能力	講述、討論、實作	紙筆測驗、實作、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◆ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◇ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◆ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◆ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/02/13~ 101/02/19	課程介紹、評分標準、課程大綱說明	
2	101/02/20~ 101/02/26	Ch1緒論+Ch3市場調查的程序	
3	101/02/27~ 101/03/04	Ch4次級資料的蒐集+Ch6初級資料的蒐集-質的調查研究	分組名單確定
4	101/03/05~ 101/03/11	Ch5初級資料的蒐集-量的調查研究	
5	101/03/12~ 101/03/18	Ch8態度的調查研究	
6	101/03/19~ 101/03/25	Ch7問卷設計	
7	101/03/26~ 101/04/01	Ch7問卷設計+ Ch10抽樣方法與樣本太小	
8	101/04/02~ 101/04/08	教學行政觀摩週	放假一天
9	101/04/09~ 101/04/15	研究架構與問卷+複習	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	Ch11市場調查資料之整理	
12	101/04/30~ 101/05/06	Ch12-14統計分析方法與資料分析	

13	101/05/07~ 101/05/13	Ch15市場調查綜合案例分析(研究報告結構)	
14	101/05/14~ 101/05/20	分析實作	
15	101/05/21~ 101/05/27	分析實作	
16	101/05/28~ 101/06/03	分組報告	第1組~第5組
17	101/06/04~ 101/06/10	分組報告	第6組~第10組
18	101/06/11~ 101/06/17	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>一、上課進度依同學學習情況調整。</p> <p>二、上課嚴禁交談，違者視為未出席。</p> <p>三、期末報告(第15週)：</p> <p>1.依照上課人數分為10組，請班代將分組名單與報告順序於第3週(2/27)前彙整寄給老師(yh@mail.tku.edu.tw)。未分組者成績以零分計算。</p> <p>2.請選擇一有興趣之題目，發展問卷(問卷參考來源：既有問卷、碩博士論文資料庫、網站資料、自己設計等)。各組架構與問卷於第9週(4/9)課堂呈現。</p> <p>3.報告內容包含：</p> <p>(1)報告組別、題目名稱與組員名單</p> <p>(2)目錄</p> <p>(3)研究動機與目的</p> <p>(4)問卷資料來源(文獻探討)</p> <p>(5)研究方法(包含研究對象與資料蒐集、問卷工具的設計等)</p> <p>(6)資料分析</p> <p>(7)結論</p> <p>(8)參考資料來源</p> <p>(9)工作分配表</p> <p>4.每組報告之電子檔(包含powerpoint、word檔、資料檔)繳交日期為5/20 8:00PM前(檔名：「第X組-名稱」)。請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw)，逾時不予計分。</p> <p>5.上台報告組別請於報告當天將書面報告(word檔：每張兩頁、雙面印刷)交給老師。</p>		
教學設備	電腦、投影機、其它(講義)		
教材課本	市場調查，江建良，出版社：普林斯頓國際有限公司		
參考書籍	<p>行銷研究-研究方法與實例應用，呂長民，出版社：前程企業</p> <p>行銷研究-市場調查，王蕙芝譯，出版社：麥格羅·希爾(滄海代理)</p> <p>行銷研究概論，黃俊英，出版社：華泰</p>		
批改作業 篇數	篇(本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)		
學期成績 計算方式	<p>◆出席率： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：40.0 %</p> <p>◆其他〈 〉： %</p>		
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>		