

淡江大學 101 學年度第 1 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	企管進學班三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXE3P		
系（所）教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>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。</p>		
	<p>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.</p>		

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。	Students will be able to understand various topics related to Market Survey, such as marketing research process, questionnaire design, research methodology, etc.	C3	ABCDEFGH
2	學生將能發展制定決策與資料分析之能力。	Students will be able to develop decision-making and data analysis abilities.	C4	ABCDEFGH

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

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◇ 全球視野	
◇ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◆ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	課程介紹、評分標準、課程大綱說明	
2	101/09/17~ 101/09/23	Ch1緒論+Ch3市場調查的程序	
3	101/09/24~ 101/09/30	Ch4次級資料的蒐集+Ch6初級資料的蒐集-質的調查研究	
4	101/10/01~ 101/10/07	Ch5初級資料的蒐集-量的調查研究	分組名單
5	101/10/08~ 101/10/14	Ch8態度的調查研究	
6	101/10/15~ 101/10/21	Ch7問卷設計+Ch10抽樣方法與樣本太小	
7	101/10/22~ 101/10/28	研究架構討論與資料收集	
8	101/10/29~ 101/11/04	研究架構討論與資料收集	
9	101/11/05~ 101/11/11	研究架構與問卷+複習	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	Ch11市場調查資料之整理	
12	101/11/26~ 101/12/02	Ch12-14統計分析方法與資料分析	

13	101/12/03~ 101/12/09	Ch15市場調查綜合案例分析(研究報告結構)	
14	101/12/10~ 101/12/16	分析實作	
15	101/12/17~ 101/12/23	分析實作	
16	101/12/24~ 101/12/30	分組報告	第1組~第5組
17	101/12/31~ 102/01/06	分組報告	第6組~第10組
18	102/01/07~ 102/01/13	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16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4週(10/4)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(11/8)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12/26 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：30.0 %</p> <p>◆其他〈分組提問〉：10.0 %</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>		