

淡江大學 101 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	白滌清 DI-CHING PAI
	MARKET SURVEY AND FORCASTING		
開課系級	企管三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXB3P		
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	<p>市場調查與預測分析是企業管理的輔助工具，主要在幫助決策者應依據正確的資訊做出最適的決策。在行銷管理中主要是針對消費者趨勢的變化、目前與潛在競爭者、公司優勢與資源，以及科技、法令、經濟環境，進行分析的程序。課程內容主要在學習行銷研究程序，包括行銷研究設計、資料搜集方法、問卷設計、實驗設計、抽樣設計、資料分析、以及研究分析報告的撰寫。</p>		
	<p>MARKET SURVEY AND FORCASTING is a tool to help making appropriate decisions by the accurate information for business administration. In the field of marketing, the marketing research is usually focused on the topics of consumer trend, competitors, general environment including economics, laws, technology and natural environment. By this course, students can learn research design, data collection, questionnaire design, research design, sampling, statistics analysis technique, and writing final report and presentation.</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	1.瞭解行銷研究的程序	1. understanding the marketing research process.	C3	ABCD
2	2.學習市場調查與預測的工具	2. understanding the techniques for market survey and forecast.	C3	ABCD
3	3.市場調查的實作能力	3. building the ability to practicing these tools in real case.	C3	ABCD

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	1.瞭解行銷研究的程序	講述、討論、實作	紙筆測驗、實作、報告
2	2.學習市場調查與預測的工具	講述、討論、實作	紙筆測驗、實作、報告
3	3.市場調查的實作能力	講述、討論、實作	紙筆測驗、實作、報告

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	102/02/18~ 102/02/24	課程說明、分組、討論	
2	102/02/25~ 102/03/03	行銷研究與科學方法	
3	102/03/04~ 102/03/10	次級資料搜集	
4	102/03/11~ 102/03/17	訪問法、觀察法	
5	102/03/18~ 102/03/24	無回應偏差	
6	102/03/25~ 102/03/31	問卷設計、實驗設計	
7	102/04/01~ 102/04/07	抽樣設計	
8	102/04/08~ 102/04/14	樣本大小	
9	102/04/15~ 102/04/21	態度的衡量	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	資料分析	
12	102/05/06~ 102/05/12	統計顯著性核定、相關與迴歸	

13	102/05/13~ 102/05/19	研究報告、道德問題	
14	102/05/20~ 102/05/26	質性研究	
15	102/05/27~ 102/06/02	現場作業管理	
16	102/06/03~ 102/06/09	期末報告	
17	102/06/10~ 102/06/16	期末報告	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	1.服裝儀容整潔、不可穿拖鞋。 2.上課不可吃餐點。 3.上課不可聊天。 4.主動、積極、負責。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	黃俊英(2012), 行銷研究概論, 華泰。		
參考書籍	Iacobucci, Churchill (2010). Marketing Research Methodological Foundations, 10th edition, SOUTH-WESTERN, CENGAGE Learning.		
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	◆出席率： 10.0 %   ◆平時評量：10.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈期末實作報告〉：20.0 %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>		