

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	授課 教師	羅惠瓊 LO HUI-CHIUNG
	MARKETING SURVEY		
開課系級	企管一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXJ1A		
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. 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>本科目旨在讓學生明瞭市場調查的原理與實際應用流程及具有使用統計軟體(SPSS)進行市場調查的能力, 並且能實際應用於市場(或論文)實證研究的資料分析。</p>		
	<p>The course would make student know the theory and applications of marketing research, and statistical packages (SPSS) for modeling real business problems to solve them. By the end of the semester, students should be able to model real case of marketing survey (or their theses)mathematically and explain the results exactly.</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	能瞭解並說明市場調查在商業活動的重要性與影響。	Understand and be able to explain the importance and effects of marketing survey to business activities.	C2	ACEG
2	能辨識出市場調查原理的場合，並能清楚表達。	Distinguish and make clear statement where marketing survey principles can be applied.	C3	ACEG
3	能使用統計軟體完成統計資料分析，並由結果歸納出適當結論。	Be able to use statistical packages to accomplish a real data analysis, and draw appropriate conclusions from the reporting of data analysis.	P4	ACEG
4	能應用相關軟體從事在市場調查相關議題的分析。	Can apply the related statistical software for the analysis on marketing survey and relative issues.	A6	ABCDEG

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	能瞭解並說明市場調查在商業活動的重要性與影響。	講述、討論、實作	實作、報告、上課表現
2	能辨識出市場調查原理的場合，並能清楚表達。	講述、討論、參訪	實作、報告、上課表現
3	能使用統計軟體完成統計資料分析，並由結果歸納出適當結論。	講述、賞析、實作	實作、報告
4	能應用相關軟體從事在市場調查相關議題的分析。	講述、討論、參訪、問題解決	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	102/02/18~ 102/02/24	課程介紹	
2	102/02/25~ 102/03/03	和平紀念	
3	102/03/04~ 102/03/10	市場調查的概念與範疇	
4	102/03/11~ 102/03/17	市場調查方法 & 資料蒐集	
5	102/03/18~ 102/03/24	抽樣方法	
6	102/03/25~ 102/03/31	問卷設計	
7	102/04/01~ 102/04/07	清明節、兒童節	
8	102/04/08~ 102/04/14	問卷設計	
9	102/04/15~ 102/04/21	調查的實施、調查資料的整理、資料的表現	
10	102/04/22~ 102/04/28	市場調查方法介紹	
11	102/04/29~ 102/05/05	量化分析方法介紹	
12	102/05/06~ 102/05/12	統計分析軟體介紹與應用	

13	102/05/13~ 102/05/19	統計分析軟體介紹與應用	
14	102/05/20~ 102/05/26	市場調查資料處理假設檢定	
15	102/05/27~ 102/06/02	市場調查資料處理假設檢定	
16	102/06/03~ 102/06/09	調查結果的書面與口頭報告之呈現	
17	102/06/10~ 102/06/16	期末報告	
18	102/06/17~ 102/06/23	企業參訪或專題演講	時間暫訂
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機、其它(教學平台, 電腦教室(需SPSS軟體))		
教材課本	市場調查---柯惠新、丁立宏、盧傳熙、蘇志雄、謝邦昌編著, 台灣知識庫		
參考書籍	相關中英文書籍及學術論文		
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：40.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %		
備 考	「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。 ※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。		