

## 淡江大學 102 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、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。</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。	Students will be able to understand various topics related to Market Survey, such as marketing research process, questionnaire design, research methodology, etc.	C3	ABCDE
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	ABCDE

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、問題解決	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、問題解決	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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◇ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/09/16~ 102/09/22	中秋節調整放假	
2	102/09/23~ 102/09/29	課程介紹、評分標準、課程大綱說明	
3	102/09/30~ 102/10/06	Ch1緒論+Ch3市場調查的程序	
4	102/10/07~ 102/10/13	Ch4次級資料的蒐集+Ch6初級資料的蒐集-質的調查研究	
5	102/10/14~ 102/10/20	Ch5初級資料的蒐集-量的調查研究	分組名單
6	102/10/21~ 102/10/27	Ch8態度的調查研究	
7	102/10/28~ 102/11/03	Ch7問卷設計+Ch10抽樣方法與樣本太小	
8	102/11/04~ 102/11/10	研究架構討論與資料收集	
9	102/11/11~ 102/11/17	研究架構與問卷	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	Ch11市場調查資料之整理	
12	102/12/02~ 102/12/08	Ch12-14統計分析方法與資料分析	

13	102/12/09~ 102/12/15	Ch15市場調查綜合案例分析(研究報告結構)	
14	102/12/16~ 102/12/22	分析實作	
15	102/12/23~ 102/12/29	分析實作	
16	102/12/30~ 103/01/05	分組報告	第1組~第5組
17	103/01/06~ 103/01/12	分組報告	第6組~第10組
18	103/01/13~ 103/01/19	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5週(10/18)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(11/15)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1/2 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		
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	市場調查相關書籍		
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：<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/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a>〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」進入。</p> <p><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></p>		