

淡江大學 102 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	市場調查與分析	授課 教師	林隆儀 LIN, LONG-YI
	MARKET SURVEY AND RESEARCH		
開課系級	管科系三A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLGXB3A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 決策分析能力。</p> <p>B. 統計分析能力。</p> <p>C. 財經分析能力。</p> <p>D. 組織經營管理能力。</p> <p>E. 團隊合作能力。</p> <p>F. 自我管理能力。</p> <p>G. 道德倫理能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程為應用導向設計，目的在幫助學生學得有效規劃、執行與評估市場調的方法與技術。主要目標如下：</p> <p>1. 學會應用科學的調查方法與技術，進行各項市場調查。</p> <p>2. 活用市場調查方法與技術，設計與評估市場調查計畫。</p>		
	<p>This course focuses on practical usage. The objective is to help students study the planning, executive and evaluate the market research methods and skills efficiently. The main purposes are as follow:</p> <p>1. Study the scientific research methods and skills of market survey.</p> <p>2. Practice market research methods and skills in design and review market research plan.</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.學會應用科學的調查方法與技術，進行各項市場調查。 2.活用市場調查方法與技術，設計與評估市場調查計畫。	This course focuses on practical usage. The objective is to help students study the planning, executive and evaluate the market research methods and skills efficiently. The main purposes are as follow: 1. Study the scientific research methods and skills of market survey. 2. Practice market research methods and skills in design and review market research plan.	C3	ABCEFG

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.學會應用科學的調查方法與技術，進行各項市場調查。 2.活用市場調查方法與技術，設計與評估市場調查計畫。	講述、討論	紙筆測驗、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	103/02/17~ 103/02/23	課程介紹, 市場調查與行銷決策	
2	103/02/24~ 103/03/02	科學調查方法與市場調查程序	
3	103/03/03~ 103/03/09	資料蒐集方法 (一) : 蒐集次級資料	
4	103/03/10~ 103/03/16	資料蒐集方法 (二) : 訪問法與觀察法	
5	103/03/17~ 103/03/23	無反應偏差之處理	
6	103/03/24~ 103/03/30	問卷設計與試訪	
7	103/03/31~ 103/04/06	實驗設計法	
8	103/04/07~ 103/04/13	抽樣方法	
9	103/04/14~ 103/04/20	決定樣本數	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	衡量尺度與態度的衡量	
12	103/05/05~ 103/05/11	現場作業管理與無反應偏差之處理	

13	103/05/12~ 103/05/18	資料整理、分析與解讀	
14	103/05/19~ 103/05/25	統計顯著性檢定	
15	103/05/26~ 103/06/01	相關與迴歸分析	
16	103/06/02~ 103/06/08	市場調查報告的呈現與發表	
17	103/06/09~ 103/06/15	市場調查的道德問題	
18	103/06/16~ 103/06/22	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		(無)	
教材課本		行銷研究概論, 第六版, 黃俊英 著 (2012), 華泰文化事業公司出版。	
參考書籍		1.市場調查實務：問卷設計與調查研究分析, 吳柏林 著 (2012), 新陸書局股份 2.市場調查, 第四版, 楊和炳 著 (2008), 五南圖書出版公司出版。 3.行銷研究, 林隆儀、黃榮吉、王俊人合譯, 2005, V. Kumar, David Aaker and George S. Day合著, 雙葉書廊有限公司出版。	
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： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈書面分組報告〉：20.0 %	
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。	