

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	授課 教師	陳輝逢 HUI-FENG CHEN
	MARKETING SURVEY		
開課系級	統計四 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLSXB4P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、培育學生具基本的統計理論能力。</p> <p>二、培育學生具數據分析的能力。</p> <p>三、培育學生成為具管理素養的統計專才。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 具學習統計專業知識必備的數學基礎能力。</p> <p>B. 具基本的統計理論與應用能力。</p> <p>C. 具邏輯思考的能力。</p> <p>D. 具數據分析的能力。</p> <p>E. 具專業學程知識的能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程旨在因應如何在多變的環境中，透過科學方法進行資訊的蒐集與分析，即時掌握市場脈動與消費者需求。課程內容涵蓋市場調查、行銷議題探討與個案分析，使同學學習實務操作之方式並瞭解市場調查在決策過程的重要性。</p>		
	<p>The curriculum for the purpose is how to analyze needs, identify opportunities in today's changeable and competitive environment. Carries on the information by the scientific method and the analysis, grasps the market pulsation and the consumer demand immediately. The curriculum content covers the marketing research, the marketing subject discussion and the case analysis, way of the practice operation and importance of the marketing research in the decision-making process.</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.培養市場調查基本知識	1.Introduce the fundamental concepts and elements of marketing research.	C4	B
2	2.培養市場調查實務之基本能力和行銷研究流程	2.Enhance student's ability of marketing survey and marketing research process.	C4	C
3	3.培養行銷決策的資訊管理方法	3.Intensify student's information management for marketing decisions: secondary data sources.	C4	E
4	4.培養市場資料之統計分析方法	4.Expand student's ability of innovation.	C4	D

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.培養市場調查基本知識	講述、討論	紙筆測驗、上課表現
2	2.培養市場調查實務之基本能力和行銷研究流程	講述、討論	紙筆測驗、實作、上課表現
3	3.培養行銷決策的資訊管理方法	講述、實作	紙筆測驗、上課表現
4	4.培養市場資料之統計分析方法	講述、討論	紙筆測驗、實作、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	市場調查導論	
2	103/02/24~ 103/03/02	行銷觀念與運用	
3	103/03/03~ 103/03/09	市場情報之蒐集與管理	
4	103/03/10~ 103/03/16	市場調查研究規劃設計	
5	103/03/17~ 103/03/23	市場調查研究之種類與內容(一)	
6	103/03/24~ 103/03/30	市場調查研究之種類與內容(二)	
7	103/03/31~ 103/04/06	教學觀摩週	
8	103/04/07~ 103/04/13	調查研究計畫書提案與問卷調查方法	
9	103/04/14~ 103/04/20	問卷型態與問卷設計要領	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	訪員訓練與督導要領	
12	103/05/05~ 103/05/11	資料之整理分析與統計圖表製作	

13	103/05/12~ 103/05/18	調查研究報告撰述呈現與實例解析	
14	103/05/19~ 103/05/25	分組實習作業報告	
15	103/05/26~ 103/06/01	畢業考試週	
16	103/06/02~ 103/06/08	---	
17	103/06/09~ 103/06/15	---	
18	103/06/16~ 103/06/22	---	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		陳輝逢編著講義 市場調查研究執行個案實例	
參考書籍		1.市場調查—梁世武(普林斯頓國際) 2.市場調查—江建良(普林斯頓國際) 3.行銷研究：市場調查—王蕙芝翻譯(滄海書局) 4.策略贏家, 市場調查實戰手冊—謝邦昌(商智文化)	
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈作業〉：30.0 %	
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。	