

淡江大學 103 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	吳坤山 WU, KUN-SHAN
	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			
提供在職人員精進管理專業課程，以落實實務與理論融合應用之能力。			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解與善用企業管理學理。</p> <p>B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。</p> <p>D. 能整合資訊應用與服務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	<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	BC
2	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.	C3	BC

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	報告
2	能應用相關軟體從事在市場調查相關議題的分析。	講述	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	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	104/02/24~ 104/03/01	和平紀念日補假	
2	104/03/02~ 104/03/08	市場調查的概念與範疇	
3	104/03/09~ 104/03/15	市場調查方法 & 資料蒐集	
4	104/03/16~ 104/03/22	抽樣方法	
5	104/03/23~ 104/03/29	問卷設計	
6	104/03/30~ 104/04/05	教學行政觀摩	
7	104/04/06~ 104/04/12	問卷設計	
8	104/04/13~ 104/04/19	調查的實施、調查資料的整理、資料的表現	
9	104/04/20~ 104/04/26	市場調查方法介紹	
10	104/04/27~ 104/05/03	期中考試週 - 企業參訪	
11	104/05/04~ 104/05/10	量化分析方法介紹	
12	104/05/11~ 104/05/17	統計分析軟體介紹與應用	

13	104/05/18~ 104/05/24	統計分析軟體介紹與應用	
14	104/05/25~ 104/05/31	市場調查資料處理假設檢定	
15	104/06/01~ 104/06/07	市場調查資料處理假設檢定	
16	104/06/08~ 104/06/14	企業參訪	
17	104/06/15~ 104/06/21	端午節	
18	104/06/22~ 104/06/28	期末考試週 - 繳交期末報告	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機、其它(教學平台)	
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量：80.0 % ◆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/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。	