

淡江大學 105 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	蘇美惠 SU MEI-HUI
	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	<p>市場調查與預測分析是企業管理的輔助工具，主要在幫助決策者應依據正確的資訊做出最適的決策。在行銷管理中主要是針對消費者趨勢的變化、目前與潛在競爭者、公司優勢與資源，以及科技、法令、經濟環境，進行分析的程序。課程內容主要在學習市場調查程序，包括市場調查設計、資料搜集方法、問卷設計、實驗設計、抽樣設計、資料分析、以及研究分析報告的撰寫。</p>		
	<p>Market Survey and Forcasting is a tool to help making appropriate decisions by the accurate information for business administration. In the field of marketing, the marketing research is usually focused on the topics of consumer trend, competitors, general environment including economics, laws, technology and natural environment. By this course, students can learn research design, data collection, questionnaire design, research design, sampling, statistics analysis technique, and writing final report and presentation.</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	學習市場調查工具與內容	To study Market Survey tools and contents.	C2	A
2	從個案研討認識市場調查應用	case study	C4	C
3	市場調查的實作能力	Learning market research whole process and operability	P3	AC

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	學習市場調查工具與內容	講述、討論、實作	實作、報告、上課表現
2	從個案研討認識市場調查應用	討論、模擬、實作、問題解決	實作、報告、上課表現
3	市場調查的實作能力	講述、討論、實作、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	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	105/09/12~ 105/09/18	課程介紹、大綱與評分說明、分組	
2	105/09/19~ 105/09/25	行銷研究與市場調查	
3	105/09/26~ 105/10/02	市場調查組織與市場調查程序	
4	105/10/03~ 105/10/09	資料收集(1)	
5	105/10/10~ 105/10/16	資料收集(2)	
6	105/10/17~ 105/10/23	問卷之設計	
7	105/10/24~ 105/10/30	實驗設計	
8	105/10/31~ 105/11/06	期中報告Part 1	
9	105/11/07~ 105/11/13	期中報告Part 2	
10	105/11/14~ 105/11/20	期中考試週	
11	105/11/21~ 105/11/27	抽樣方法	
12	105/11/28~ 105/12/04	市場調查的應用 (1)	

13	105/12/05~ 105/12/11	市場調查的應用 (2)	
14	105/12/12~ 105/12/18	調查報告撰寫	
15	105/12/19~ 105/12/25	資料分析與預測工具	
16	105/12/26~ 106/01/01	期末報告Part 1	
17	106/01/02~ 106/01/08	期末報告Part 2	
18	106/01/09~ 106/01/15	期末考試週	
修課應 注意事項	1.期中與期末報告每組報告時間30分鐘，上台報告組別請於報告當天將書面報告(ppt檔：每張四頁、雙面印刷；及word檔：每張兩頁、雙面印刷)交給老師。 2.上課進度依學習情況調整；上課嚴禁交談，違者視為未出席。 3.本學期點名方式原則上依照學校規定，課堂出席與發言評分依據為參與個案報告討論之積極度。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	沈武賢(2014)，市場調查-有效決策的最佳工具，三民書局。		
參考書籍	黃俊英(2012)，行銷研究概論，華泰。		
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：20.0 %    ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉：        %		
備考	「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。 <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>		