

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	傳播研究方法	授課 教師	陳玉鈴 CHEN YULIN
	RESEARCH METHODS OF MASS COMMUNICATION		
開課系級	大傳三 A	開課 資料	必修 上學期 2學分
	TAMXB3A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。 二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 溝通力：具備協調、溝通與團隊合作之能力，以完成「內容產製」與「文化行銷」之提案。 B. 道德力：具備「內容產製」與「文化行銷」之基本倫理與道德。 C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。 D. 創造力：具備邏輯思考與創意能力，以發掘、分析及解決「內容產製」與「文化行銷」相關之議題。 E. 行動力：具備結合傳播理論與實務之能力，以完成企劃設計與執行傳播實務。			
課程簡介	使學生瞭解市場調查的基本概念、原理及方法，並且熟悉市場調查對企業經營的重要性。除了詳細介紹市場調查的相關程序及作法外，並有清楚的範例，可讓學生在資料調查上靈活運用。對於從事市場企劃研究、市場開發，以及行銷或通路管理的專業人員提供幫助；對於有心在商業方面發展的從業人員，或對市場知識有興趣的學生，皆可作為有效的入門課程。		
	Market survey and study.		

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	使學生瞭解市場調查的基本概念、原理及方法，並且熟悉市場調查對企業經營的重要性。除了詳細介紹市場調查的相關程序及作法外，並有清楚的範例，可讓學生在資料調查上靈活運用。	Market survey and study.	P1	ABCD

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	使學生瞭解市場調查的基本概念、原理及方法，並且熟悉市場調查對企業經營的重要性。除了詳細介紹市場調查的相關程序及作法外，並有清楚的範例，可讓學生在資料調查上靈活運用。	講述、討論、賞析、模擬、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	107/09/10~ 107/09/16	課程大綱	
2	107/09/17~ 107/09/23	【量化】 調查實例	
3	107/09/24~ 107/09/30	【量化】 市場調查	
4	107/10/01~ 107/10/07	【量化】 調查應用(市場分析)	
5	107/10/08~ 107/10/14	【量化】 市場調查程序	
6	107/10/15~ 107/10/21	【量化】 調查應用(使用者調查)	
7	107/10/22~ 107/10/28	【量化】 調查應用(產品調查)	
8	107/10/29~ 107/11/04	【量化】 問卷設計	
9	107/11/05~ 107/11/11	期中分析	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	期中分析檢討	
12	107/11/26~ 107/12/02	【量化】 資料收集(資料類型)	

13	107/12/03~ 107/12/09	【量化】 資料收集(訪問法)	
14	107/12/10~ 107/12/16	【量化】 資料收集(資料處理)	
15	107/12/17~ 107/12/23	【量化】 抽樣方法	
16	107/12/24~ 107/12/30	期末分析	
17	107/12/31~ 108/01/06	開國紀念日	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	(一)、全學期抽點缺課超過三次者，且未提出請假具體證明者，學期成績一律以59分計算。 (二)、本課程選課以大傳系學生優先，外系學生請於開學第一週與任課老師討論是否適合加選本堂課程。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍	市場調查：有效決策的最佳工具 / 沈武賢著;方世榮 審閱		
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： % ◆平時評量： % ◆期中評量：50.0 % ◆期末評量：50.0 % ◆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。		