

淡江大學 107 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	李芸蕙 LEE, YUN-HUEI
	MARKET SURVEY AND FORCASTING		
開課系級	企管三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXB3P		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、熟悉專業知能。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 能理解企業管理基本學理知識。 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。 C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。 D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。 E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。 F. 能運用外語增進管理專業成長。			
課程簡介	本課程之教學目的是培養學生對於市場調查的基本觀念、理論基礎與認知，並培育學生具備市場調查的基本能力及資料分析的敏感度。		
	The purposes of this course are to foster students' basic concepts and theories of market survey, and to develop students' abilities including decision making and data analysis.		

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	學生將能了解有關市場調查與預測的相關主題。	Students will be able to understand various topics related to Market Survey, such as marketing research process, questionnaire design, research methodology, etc.	C3	AC
2	學生將能發展制定決策與資料分析之能力。	Students will be able to develop decision-making and data analysis abilities.	C4	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	學生將能了解有關市場調查與預測的相關主題。	講述、討論、實作	紙筆測驗、實作、報告、上課表現
2	學生將能發展制定決策與資料分析之能力。	講述、討論、實作	紙筆測驗、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	課程介紹、課程大綱與評分標準說明、分組	
2	107/09/17~107/09/23	Ch1緒論+Ch 3市場調查的程序	
3	107/09/24~107/09/30	Ch4次級資料的蒐集+Ch6初級資料的蒐集-(二)定性研究	
4	107/10/01~107/10/07	Ch5初級資料的蒐集(一)-定量研究	
5	107/10/08~107/10/14	Ch8態度研究	分組名單確定
6	107/10/15~107/10/21	Ch7問卷設計+Ch10抽樣方法與樣本大小	
7	107/10/22~107/10/28	課堂活動	平時評量分數(10%)
8	107/10/29~107/11/04	研究架構與問卷	第1組-第12組
9	107/11/05~107/11/11	期中考試	*****
10	107/11/12~107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~107/11/25	Ch11研究資料之整理	
12	107/11/26~107/12/02	Ch12-14統計分析方法與資料分析	

13	107/12/03~ 107/12/09	Ch15行銷研究綜合案例分析	
14	107/12/10~ 107/12/16	分析實作	
15	107/12/17~ 107/12/23	分析實作	
16	107/12/24~ 107/12/30	期末報告	
17	107/12/31~ 108/01/06	期末報告	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	一、上課進度依同學學習情況調整。 二、上課嚴禁交談，違者視為未出席。 三、平時評量成績為第7週課堂活動分數(10%)。 四、抽點後不接受補點，但可持假單請假。除公假與喪假外，其他假依學校規定扣分。 五、期末報告電子檔(包含powerpoint與資料檔)統一繳交日期為12/27(星期四)10:00前(檔名：「第X組-名稱」)，請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw)，逾時不予計分。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷研究，江建良，出版社：普林斯頓國際有限公司。		
參考書籍	市場調查相關書籍。		
批改作業 篇數	1 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：10.0 % ◆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： 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。		