

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 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	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLSXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、培育學生具基本的統計理論能力。 二、培育學生具數據分析的能力。 三、培育學生成為具管理素養的統計專才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 基本統計理論能力。(比重：5.00) B. 數學邏輯思考能力。(比重：5.00) C. 數據分析能力。(比重：45.00) D. 專業知識應用能力。(比重：45.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：15.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：25.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			
課程簡介	本課程旨在因應在多變的市場環境中，如何透過科學方法進行市場資訊的蒐集與分析，即時掌握市場脈動與消費者需求變化，以提出因應對策。課程內容涵蓋行銷概念論述、行銷議題探討、市場調查計劃書提案、市場調查方法、問卷設計、問卷統計分析、調查報告撰述、個案分析等，並讓同學實習市場調查之實務操作，以瞭解市場調查在企業經營決策過程的重要性。		

	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.
--	---

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	1.培養市場調查基本知識, 2.訓練市場調查實務之基本能力和行銷研究流程, 3.教導行銷決策之資訊管理方法, 4.培養市場資料之統計分析方法	1.Introduce the fundamental concepts and elements of marketing research. 2.Enhance student's ability of marketing survey and marketing research process. 3.Intensify student's information management for marketing decisions, secondary data sources. 4.Expand student's ability of innovation.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCD	12345678	講述、討論、發表、實作	測驗、作業、實作、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	111/09/05~ 111/09/11	市場調查導論	
2	111/09/12~ 111/09/18	行銷觀念	
3	111/09/19~ 111/09/25	行銷環境	
4	111/09/26~ 111/10/02	消費者市場與消費者行為	
5	111/10/03~ 111/10/09	市場情報之蒐集與管理	
6	111/10/10~ 111/10/16	研究設計與調查方法	

7	111/10/17~ 111/10/23	調查研究之範疇與內容(一)	
8	111/10/24~ 111/10/30	市場調查計劃書提案與實例解說	
9	111/10/31~ 111/11/06	調查研究之範疇與內容(二)	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	問卷型態與問卷設計要領,實例解說	
12	111/11/21~ 111/11/27	問卷資料之整理分析與統計圖表製作	
13	111/11/28~ 111/12/04	調查研究報告之撰述	
14	111/12/05~ 111/12/11	專案執行實例論壇	
15	111/12/12~ 111/12/18	統計資料正確表述與使用	
16	111/12/19~ 111/12/25	分組實習作業成果簡報驗收(一)	
17	111/12/26~ 112/01/01	分組實習作業成果簡報驗收(二)	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項	1.上課時手機須靜音,不飲食,不言語,不趴睡,上課秩序列入成績考核 2.作業須按時繳交,遲交者依時扣分 3.分組作業應分工合作,共同參與討論,集體創作,不得搭便車,將訂互相考核辦法 4.無法上課時必須事前請假,請假手續請按學校規定辦理		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	1.授課老師編著講義 2.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)		
參考文獻			
批改作業 篇數	4 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： 15.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈分組作業與實習報告〉：45.0 %		
備考	「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。		