

淡江大學 1 1 1 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	市場調查與分析	授課 教師	曹銳勤 RUEY-CHYN TSAUR
	MARKET SURVEY AND RESEARCH		
開課系級	管科系三 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLGXB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
一、精實管理科學專業。 二、學習自我成長。 三、連結理論與實務。 四、增進團隊合作溝通。 五、培養判斷與分析技巧。 六、重視組織永續經營。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 事業經營管理能力。(比重：40.00) B. 行銷與流通管理能力。(比重：35.00) C. 統計與決策分析能力。(比重：5.00) D. 財經分析能力。(比重：5.00) E. 團隊合作能力。(比重：5.00) F. 自我管理能力。(比重：5.00) G. 道德倫理能力。(比重：5.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：5.00) 3. 洞悉未來。(比重：20.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	市場調查是蒐集、分析和提供行銷資訊的一門學科，是行銷主管的一項重要支援性管理工具。因此任何企業都有必要利用市場調查來蒐集並分析提供決策所需的行銷資訊。本課程介紹行銷學研究方法之理論與相關統計方法，使同學們了解研究之方法與步驟，並實際運用所學進行初步研究。				
	The market survey is for collection, analyzing and providing the marketing information , and then to be important and supporting management tool for the sells manager. Any enterprise has the necessity to use the market survey for providing the marketing information when the decision-making needs. Therefore, this curriculum introduced the Marketing theory and the related statistical method in order to make schoolmates to understand method and research, and the actual utilization studies conducts the preliminary study.				
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.學生將能夠對於較深入的瞭解市場調查方法。 2.學生將能夠SPSS進行問卷調查與統計分析。		Students will be able to interpret in-depth issues of Marketing Survey Methods. Students will be able to make the questionnaire design, and use the SPSS for analyzes.		
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	技能	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表、實作	作業、討論(含課堂、線上)、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	112/02/13~ 112/02/19	簡介課程內容			
2	112/02/20~ 112/02/26	SPSS 操作程序與方法 —SPSS 基本操作與使用			
3	112/02/27~ 112/03/05	SPSS 輸入數據資料之呈現與轉換資料描述、統計量數			
4	112/03/06~ 112/03/12	次級資料的蒐集			

5	112/03/13~ 112/03/19	問卷設計	
6	112/03/20~ 112/03/26	實驗法抽樣方法與樣本大小	
7	112/03/27~ 112/04/02	市場調查資料之整理	
8	112/04/03~ 112/04/09	問卷設計討論	
9	112/04/10~ 112/04/16	問卷設計討論	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	市場調查軟體教學	
12	112/05/01~ 112/05/07	市場調查軟體教學	
13	112/05/08~ 112/05/14	期末報告前測討論	
14	112/05/15~ 112/05/21	期末報告(1~5組)	
15	112/05/22~ 112/05/28	期末報告(6~10組)	
16	112/05/29~ 112/06/04	期末報告(11~15組)	
17	112/06/05~ 112/06/11	期末報告 (16~)	
18	112/06/12~ 112/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		呂長民，市場調查：概念、研究方法與應用實務應用，滄海文化事業，第一版，2019年8月。	
參考文獻		統計分析 SPSS for Windows 入門與應用，陳景堂著，儒林書局。 市場調查—江建良，普林斯頓，2008。 行銷研究：市場調查，王蕙芝 譯，滄海圖書，2008。 市場調查—黃志文，華泰文化。	
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：20.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈期中報告(20%)期末報告(40%)〉：60.0 %	

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。
-----	--