

淡江大學 112 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	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00)</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。(比重：10.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

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	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.
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.

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	ABCDE	12345678	講述、討論、實作、賞析	測驗、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與
2	認知	ABCDE	12345678	講述、討論、實作、賞析	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	112/09/11~112/09/17	課程介紹、課程大綱與評分標準說明、分組	
2	112/09/18~112/09/24	Ch1緒論；Ch2確定研究主題與發展研究設計	
3	112/09/25~112/10/01	Ch3行銷次級資料的蒐集；Ch4質性資料	分組確定

4	112/10/02~ 112/10/08	Ch5量化研究；Ch6行銷的問卷設計	
5	112/10/09~ 112/10/15	Ch7消費者態度研究；Ch8行銷研究的抽樣調查	主題架構確定
6	112/10/16~ 112/10/22	Ch10研究資料的整理	目的架構確定
7	112/10/23~ 112/10/29	課堂活動	平時評量分數(10%)
8	112/10/30~ 112/11/05	研究架構與問卷	第1組-第12組
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週	
10	112/11/13~ 112/11/19	Ch11-13研究資料分與撰寫研究報告	
11	112/11/20~ 112/11/26	Ch11-13研究資料分與撰寫研究報告	
12	112/11/27~ 112/12/03	案例分析	
13	112/12/04~ 112/12/10	分析實作	
14	112/12/11~ 112/12/17	分析實作	
15	112/12/18~ 112/12/24	期末報告	
16	112/12/25~ 112/12/31	期末報告	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末考試週	
18	113/01/08~ 113/01/14	教師彈性教學週(應安排學習活動如補救教學、專題學習或者其他教學內容，不得放假)	
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		市場調查與預測	

<p>修課應注意事項</p>	<p>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、抽點後不接受補點(公假、喪假與特殊事件除外)。如一週點名兩次，一次未到視為未出席。 四、平時評量成績為第8週課堂活動分數(10%)(除喪假、公假與特殊事件外，不接受請假)。 五、依照上課人數分為12組，請班代將分組名單於第3週(9/28)彙整寄給老師(yh@mail.tku.edu.tw)。未分組者分組報告成績以零分計算，不接受個人補交報告。 六、每組期末報告電子檔(包含powerpoint與資料檔)，統一繳交日期為12/21(星期四) 10:00AM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。 七、上台報告組別請於報告當天將書面報告印給老師(每張兩頁、雙面印刷)。 八、期末會於iClass開放各細項成績確認，確認期間無異議，即不再修改學期成績。 九、本課程為教學實踐研究計畫「專題導向學習對學生學習成效之影響」之課程。</p>
<p>教科書與教材</p>	<p>自編教材:教科書 教材說明: 行銷研究, 李芸蕙、蔣岡霖、吳敏華著。出版社: 普林斯頓國際有限公司。</p>
<p>參考文獻</p>	<p>市場調查與預測相關書籍</p>
<p>學期成績計算方式</p>	<p>◆出席率： 30.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈互動〉：5.0 %</p>
<p>備考</p>	<p>「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。</p>