

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	市場調查與統計	授課 教師	曾威智 WEI-CHIH TSENG
	MARKET SURVEY AND BUSINESS STATISTICS		
開課系級	國企系經管三A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFAB3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。 二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。 三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：30.00) B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：20.00) C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：30.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：15.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：20.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	本課程除了讓參與者對於行銷相關理論有所瞭解外，並透過行銷研究與市場調查實作，來訓練學習者之邏輯思考及表達能力，並能學以致用。
	This course not only aims to enhance participants' understanding of marketing theories but also focuses on developing their logical thinking and communication skills through practical exercises in marketing research and marketing surveys. The ultimate objective is to equip learners with the ability to apply their knowledge effectively in real-world scenarios.

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	參與者具備行銷研究與市場調查的知識，並藉由課堂上的實作，來訓練學習者之邏輯思考及表達能力，並能學以致用。	Participants possess knowledge of marketing research and market research, and they undergo classroom practice to enhance their logical thinking and expression skills. Furthermore, they are able to apply the acquired knowledge effectively.

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、實作	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	112/09/11~ 112/09/17	課程說明	
2	112/09/18~ 112/09/24	從行銷觀念來了解、創造與獲取顧客價值	
3	112/09/25~ 112/10/01	中秋節放假一次	
4	112/10/02~ 112/10/08	管理行銷資訊以增進顧客洞察	
5	112/10/09~ 112/10/15	顧客驅動的行銷策略	
6	112/10/16~ 112/10/22	行銷研究是什麼?為何要進行銷研究	

7	112/10/23~ 112/10/29	蒐集資料找出一個好的行銷研究題目	
8	112/10/30~ 112/11/05	質化研究與資料的蒐集	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週	期中報告
10	112/11/13~ 112/11/19	行銷研究的問卷設計	
11	112/11/20~ 112/11/26	質性訪綱確認與執行重點	
12	112/11/27~ 112/12/03	質性結果回收與整理，小組問卷設計	
13	112/12/04~ 112/12/10	問卷設計確認無誤，問卷發送與回收規劃	google表單設定完成
14	112/12/11~ 112/12/17	問卷整理與分析	資料匯出
15	112/12/18~ 112/12/24	問卷分析與討論	資料分析
16	112/12/25~ 112/12/31	研究結果討論與撰寫報告	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末考試週	期末報告
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		性別平等教育 邏輯思考 綠色能源 永續議題	
修課應 注意事項		1.以上課程大綱可能會依實際上課狀況進行調整 2.本課程需要同學進行分組實作，期中至期末會根據小組有興趣的主題提出研究問題，並找出研究建議。	
教科書與 教材		自編教材：簡報	
參考文獻		林呈昱(2019)，行銷研究：大數據與傳統行銷工具的結合，華泰：台北。 黃俊英(2012)，行銷研究概論，華泰：台北。李元恕(2017)，「行銷學」第13E版，華泰：台北。譯自G. Armstrong and P. Kotler, Marketing : An Introduction 13e, Pearson Education Limited	

學期成績 計算方式	◆出席率： 40.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈報告(期中20%， 期末30%)〉：50.0 %
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。