

淡江大學 112 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷研究專題	授課 教師	吳怡芳 WU, IEE-FUNG
	SPECIAL TOPICS ON MARKETING RESEARCH		
開課系級	管科一博士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLGXD1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 決策分析能力。(比重：25.00)</p> <p>B. 統計分析能力。(比重：25.00)</p> <p>C. 財經分析能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 組織經營管理能力。(比重：20.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：5.00)</p> <p>F. 自我管理能力。(比重：10.00)</p> <p>G. 道德倫理能力。(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：25.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：10.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：5.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	行銷人員最重要的使命在於「感受」與「回應」目標市場的需求，從中尋找獲利機會，因此需要透過「行銷研究」(marketing research)，以獲取即時、實際的市場資訊；掌控可能會影響銷售與獲利的環境狀況，進而制定出最佳的行銷策略與計畫
	The objective of this course is to enhance the capabilities of financial research and data analysis. Which would allow students to further their understanding in modern quantitative research in finance and develop appropriate research strategy to investigate the relevant research problems. More importantly, students should be able to demonstrate the appropriate use of these techniques under a wide range of empirical and practical circumstances.

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	行銷人員最重要的使命在於「感受」與「回應」目標市場的需求，從中尋找獲利機會，因此需要透過「行銷研究」(marketing research)，以獲取即時、實際的市場資訊；掌控可能會影響銷售與獲利的環境狀況，進而制定出最佳的行銷策略與計畫	Lectures will focus on theoretical and practical concepts of Financial management.
2	行銷人員最重要的使命在於「感受」與「回應」目標市場的需求，從中尋找獲利機會，因此需要透過「行銷研究」(marketing research)，以獲取即時、實際的市場資訊；掌控可能會影響銷售與獲利的環境狀況，進而制定出最佳的行銷策略與計畫	Paper studying and discussion
3	行銷人員最重要的使命在於「感受」與「回應」目標市場的需求，從中尋找獲利機會，因此需要透過「行銷研究」(marketing research)，以獲取即時、實際的市場資訊；掌控可能會影響銷售與獲利的環境狀況，進而制定出最佳的行銷策略與計畫	This course is an application-oriented review of finance theory, techniques and strategies.

4	行銷人員最重要的使命在於「感受」與「回應」目標市場的需求，從中尋找獲利機會，因此需要透過「行銷研究」(marketing research)，以獲取即時、實際的市場資訊；掌控可能會影響銷售與獲利的環境狀況，進而制定出最佳的行銷策略與計畫	Class participation is highly encouraged
---	--	--

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	ABCDEFGF	12345678	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDEFGF	12345678	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	認知	ABCDEFGF	12345678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	認知	ABCDEFGF	12345678	討論	討論(含課堂、線上)、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	113/02/19~ 113/02/25	Course Introduction and class requirement	
2	113/02/26~ 113/03/03	Financial topics and the single equation linear regression model	
3	113/03/04~ 113/03/10	Paper discussion	
4	113/03/11~ 113/03/17	Paper discussion	
5	113/03/18~ 113/03/24	Financial topics of the multi variables linear regression model	
6	113/03/25~ 113/03/31	Lecture, Research paper report I	
7	113/04/01~ 113/04/07	Lecture, Research paper report II	
8	113/04/08~ 113/04/14	Lecture, Research paper report III	
9	113/04/15~ 113/04/21	Mid term week	
10	113/04/22~ 113/04/28	Lecture, Research paper report IV	
11	113/04/29~ 113/05/05	Journal paper study	

12	113/05/06~ 113/05/12	Journal paper study	
13	113/05/13~ 113/05/19	Lecture, Research paper report V	
14	113/05/20~ 113/05/26	Lecture, Research paper report VI	
15	113/05/27~ 113/06/02	Journal paper study	
16	113/06/03~ 113/06/09	Journal paper study	
17	113/06/10~ 113/06/16	Final Report	
18	113/06/17~ 113/06/23	Final Report	
課程培養 關鍵能力	問題解決		
跨領域課程	授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享		
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考		
修課應 注意事項	Attendance Participation Report		
教科書與 教材	自編教材:講義 採用他人教材:講義		
參考文獻	Basic Econometrics 4th edition, Damodar N. Gujarati		
學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 %   ◆平時評量：20.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈 〉：        %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>		