

淡江大學 99 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	曹修源 Tsao, Hsiu-yuan
	MARKET SURVEY AND FORCASTING		
開課系級	企管進學班三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMBXE3P		
學 系(門) 教 育 目 標			
一、開發研究潛能。 二、培養管理專業。 三、均衡發展。 四、產業取向與實務訓練。			
學 生 基 本 能 力			
A. 企管專業能力。 B. 溝通與表達能力。 C. 企劃與資料分析統整能力。 D. 團隊合作與人際互動能力。 E. 資訊處理能力。 F. 倫理思維與道德素養。 G. 策略決策與前瞻管理能力。 H. 國際視野與外語能力。			
課程簡介	市場調查與預測是一門應用在行銷領域（產品、價格、通路、推廣、消費者行為）上的調查技術，其是企業研究方法的分支。研究方法有質性研究、量化研究兩大研究主流，本課程除了對這兩類研究方法相關的概念與應用有深入的探討與提供許多的實務範例介紹外，並講授與應用SPSS或AMOS軟體來增強同學們分析的能力。		
	Marketing Survey and Forcasting introduces the concepts and applications of market research through the marketing management approach. This course emphasizes the basic methodologies, as well as introduces a variety of techniques, and demonstrates how research applies to strategy, including marketing, advertising, sales and product design and development.		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	本課程主要針對行銷研究的三大重點：觀念、技術、實證，各個主題加以介紹，期望同學修畢之後，能從企業實務運作面的各個研究主題進行研究，發揮蒐集資料、分析資料與解決問題的能力，使同學們具備從事企業實務問題探討或研究的能力。	The purpose of this course is to make you a knowledgeable research consumer and a beginning practitioner. The focus will be on qualitative (exploratory) and quantitative research execution and the application of research findings and analysis in decision making. The course is geared toward the practical application of research, though gaining a working knowledge of certain terminology will be important.	C4	ACE

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	本課程主要針對行銷研究的三大重點：觀念、技術、實證，各個主題加以介紹，期望同學修畢之後，能從企業實務運作面的各個研究主題進行研究，發揮蒐集資料、分析資料與解決問題的能力，使同學們具備從事企業實務問題探討或研究的能力。	課堂講授、分組討論、參觀實習	出席率、討論、小考、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	課程簡介	
2	09/20	第1章：市場調查在決策層面上扮演的角色	

3	09/27	第2章：研究方法概述(一)	
4	10/04	第3章：研究方法概述(二)	
5	10/11	第4、5章：質性研究概述、質性研究資料蒐集與分析	
6	10/18	第5章：質性研究資料蒐集與分析	
7	10/25	第14章：研究報告範例－ － 質性研究範例	
8	11/01	第6章：問卷設計	
9	11/08	第12章：資料整理與量化研究（一） 範例一與範例二	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	第7章：量表的建構	
12	11/29	第7、8章：量表的建構、抽樣設計	
13	12/06	第9章：調查法	
14	12/13	第10章：網路問卷調查	
15	12/20	第11章：實驗法	
16	12/27	第12章：資料整理與量化研究範例分析（一） 範例三~範例七	
17	01/03	專題實作報告	
18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		呂長民，行銷研究：企業研究方法實務應用，前程文化事業，第六版，2009	
參考書籍			
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		◆平時考成績：10.0 % ◆期中考成績：20.0 % ◆期末考成績：20.0 % ◆作業成績： 50.0 % ◆其他〈 〉： %	

備 考	「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。
-----	--