

淡江大學99學年度第2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	選修 單學期 3學分
	TMBXB3P		
學系(門)教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>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。</p>		
	<p>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.</p>		

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	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.	C3	ABCD
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.	C4	ABCDE

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	學生將能了解有關市場調查與預測的相關主題。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考
2	學生將能發展制定決策與資料分析之能力。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~100/02/20	課程介紹、評分標準、課程大綱說明	
2	100/02/21~100/02/27	Ch1緒論+Ch3市場調查的程序	
3	100/02/28~100/03/06	Ch4次級資料的蒐集+Ch6初級資料的蒐集-質的調查研究	
4	100/03/07~100/03/13	Ch5初級資料的蒐集-量的調查研究	
5	100/03/14~100/03/20	Ch8態度的調查研究	

6	100/03/21~ 100/03/27	Ch7問卷設計	
7	100/03/28~ 100/04/03	Ch7問卷設計	
8	100/04/04~ 100/04/10	放假	
9	100/04/11~ 100/04/17	Ch10抽樣方法與樣本太小	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	研究架構與問卷	
12	100/05/02~ 100/05/08	Ch11市場調查資料之整理	
13	100/05/09~ 100/05/15	Ch12-14統計分析方法與資料分析	
14	100/05/16~ 100/05/22	Ch15市場調查綜合案例分析(研究報告結構)	
15	100/05/23~ 100/05/29	分組報告	
16	100/05/30~ 100/06/05	分組報告	
17	100/06/06~ 100/06/12	分組報告	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>一、 上課進度依同學學習情況調整。</p> <p>二、 上課嚴禁交談，違者視為未出席。</p> <p>三、 學期成績55~59分者，則視平時上課態度及缺曠課紀錄予以調整分數。</p> <p>四、 期末報告：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 請班代將分組名單與報告順序於第5週(3/14)前彙整寄給老師(yh@mail.tku.edu.tw)。未分組者成績以零分計算。 2. 請選擇一有興趣之題目，發展問卷(問卷參考來源：既有問卷、碩博士論文資料庫、網站資料、自己設計等)。各組問卷於第11週(4/26)課堂呈現。 3. 報告時間：每組30分鐘。 4. 報告內容包含： <ol style="list-style-type: none"> (1) 報告組別、題目名稱與組員名單 (2) 目錄 (3) 研究動機與目的 (4) 問卷資料來源(文獻探討) (5) 研究方法(包含研究對象與資料蒐集、問卷工具的設計等) (6) 資料分析 (7) 結論 (8) 參考資料來源 (9) 工作分配表 5. 每組報告之電子檔(包含powerpoint、word檔、資料檔)繳交日期為5/23 8:00PM前。請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw)，逾時不予計分。 6. 上台報告組別請於報告當天將書面報告(word檔：每張兩頁、雙面印刷)交給老師。 		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	市場調查，江建良，出版社：高立		

參考書籍	行銷研究-研究方法與實例應用, 呂長民, 出版社: 前程企業 行銷研究-市場調查, 王蕙芝譯, 出版社: 美商麥格羅·希爾 (滄海代理) 行銷研究概論, 黃俊英, 出版社: 華泰
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: 30.0 % ◆期中考成績: 30.0 % ◆期末考成績: % ◆作業成績: % ◆其他〈期末報告〉: 40.0 %
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。