

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	授課 教師	陳淑嬌
	MARKETING SURVEY		
開課系級	統計進學班四 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMSXE4A		
學 系(門) 教 育 目 標			
一、培育學生具基本的統計理論能力。 二、培育學生具數據分析的能力。 三、培育學生成為具管理素養的統計專才。			
學 生 基 本 能 力			
A. 具學習統計專業知識必備的數學基礎能力。 B. 具基本的統計理論能力。 C. 具資訊科技應用能力。 D. 具邏輯思考的能力。 E. 具數據分析的能力。 F. 具專業學程知識的能力。 G. 具管理背景知識的能力。 H. 具團隊合作的精神與能力。			
課程簡介	本課程旨在因應如何在多變的環境中, 透過科學方法進行資訊的蒐集與分析, 即時掌握市場脈動與消費者需求.課程內容涵蓋市場調查、行銷議題探討與個案分析,使同學學習實務操作之方式並瞭解市場調查在決策過程的重要性.		
	The curriculum for the purpose is how to analyze needs, identify opportunities in today's changeable and competitive environment.Carries on the information by the scientific method and the analysis, grasps the market pulsation and the consumer demand immediately. The curriculum content covers the marketing research, the marketing subject discussion and the case analysis, way of the practice operation and importance of the marketing research in the decision-making process.		

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	1.培養市場調查基本知識2.培養市場調查實務之基本能力和行銷研究流程3.培養行銷決策的資訊管理:次級資料的來源4.培養創新能力	1.Introduce the fundamental concepts and elements of marketing research.2.Enhance student's ability of marketing survey and marketing research process.3.Intensify student's information management for marketing decisions:secondary data sources.4.Expand student's ability of innovation.	C6	ABCDEH

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	1.培養市場調查基本知識2.培養市場調查實務之基本能力和行銷研究流程3.培養行銷決策的資訊管理:次級資料的來源4.培養創新能力	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期末考

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~100/02/20	1. 市場調查的涵義	
2	100/02/21~100/02/27	2. 市場調查的範圍及分類(一)	
3	100/02/28~100/03/06	3.市場調查的範圍及分類(二)	
4	100/03/07~100/03/13	4.市場調查與科學方法	
5	100/03/14~100/03/20	5.市場調查與統計方法(一)	

6	100/03/21~ 100/03/27	6.市場調查與統計方法(二)	
7	100/03/28~ 100/04/03	7.市場調查與行銷策略(一)	
8	100/04/04~ 100/04/10	8.市場調查與行銷策略(二)	
9	100/04/11~ 100/04/17	9.市場調查與行銷策略(三)	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	11.市場調查的程序(一)	
12	100/05/02~ 100/05/08	12.市場調查的程序(二)	
13	100/05/09~ 100/05/15	13.次級資料的蒐集(一)	
14	100/05/16~ 100/05/22	14.次級資料的蒐集(二)	
15	100/05/23~ 100/05/29	15.量的調查研究	
16	100/05/30~ 100/06/05	16.質的調查研究	
17	100/06/06~ 100/06/12	17.行銷研究報告	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項		1.分組報告：自行分組5人一組。 2.報告：分組報告/期末報告	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		講義	
參考書籍		1. 行銷研究：市場調查/Joseph F.Hair,Jr.,Robert P.Bush,David J.Ortinanau著；王惠芝譯.麥格羅希爾,2008.1 2.市場調查/梁世武；普林斯頓,2010.7	
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：20.0 % ◆期中考成績： % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈分組報告〉：50.0 %	
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。	