

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷研究	授課 教師	李月華 Lee, Yueh-hua
	MARKETING RESEARCH		
開課系級	企管一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXM1A		
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>透過調查所獲得的資訊來連結消費者的行為，並以此為確定市場的機會與問題，使同學了解整個行銷研究的程序。能獨立規劃行銷研究計畫及分析技術的應用，以協助企業行銷發展</p>		
	<p>Marketing research is the systematic and objective planning, gathering, recording and analyzing of information to enhance the decision making of marketing managers. It helps businesses to stay in close touch with consumers' needs and wants and to make fine quality marketing decisions.</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	培養學生行銷研究之基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of marketing research	C2	AE
2	培育學生具備解決行銷管理問題及制訂決策時所需的數量方法	Use quantitative methods in the problem-solving and decision-making processes	P3	ACE
3	應用系統模式化技巧至任何產業	Apply the modeling techniques to all types of organizations.	P4	ACDE

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	培養學生行銷研究之基本知識	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期末考
2	培育學生具備解決行銷管理問題及制訂決策時所需的數量方法	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末考
3	應用系統模式化技巧至任何產業	課堂講授、分組討論	出席率、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	Reviewing the principles of marketing/The differences between market survey and marketing research	
2	100/02/21~ 100/02/27	Measurement and scaling	
3	100/02/28~ 100/03/06	Measuring the involvement construct	
4	100/03/07~ 100/03/13	Market segmentation/Exploratory factor analysis and Cluster	

5	100/03/14~ 100/03/20	Confirmatory factor analysis	
6	100/03/21~ 100/03/27	Position/Multidimensional scaling	
7	100/03/28~ 100/04/03	Structural equation model	
8	100/04/04~ 100/04/10	Brand issues/conjoint analysis	
9	100/04/11~ 100/04/17	Brand issues/conjoint analysis	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中報告	
11	100/04/25~ 100/05/01	期中報告	
12	100/05/02~ 100/05/08	Advertising design	
13	100/05/09~ 100/05/15	Experimental design	
14	100/05/16~ 100/05/22	Promotion/Regression	
15	100/05/23~ 100/05/29	Customer relationship management	
16	100/05/30~ 100/06/05	Trade area analysis	
17	100/06/06~ 100/06/12	Analytic hierarchy process	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Essential of Marketing research 1st Edition by Hair, Wolfinbarger, Ortinau and Bush 華泰書局 行銷研究 吳萬益, 林清河 華泰	
參考書籍		行銷研究 呂長民 前程企管	
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：20.0 % ◆作業成績： 30.0 % ◆其他〈期中報告〉：30.0 %	

備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址：<a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a>〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p><b>※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。</b></p>
----	---