

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	廖啟順 Liao, Chi-shun
	MARKETING RESEARCH		
開課系級	統計一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMSXM1A		
學系(門)教育目標			
<p>一、培養獨立思考與審慎思辨習慣，成為具有判斷能力的現代公民。</p> <p>二、深化公共行政專業知識與理論訓練，成為行政管理及政策分析專家。</p> <p>三、運用科學方法分析政策問題，成為公私跨域問題解決專家。</p> <p>四、組織管理與跨域協調能力，建構行政、政策與法學的學術研究基礎。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 培養批判性思考，具備價值形塑與思辨之能力。</p> <p>B. 提供多元理論與知識背景，具備議題分析與行動之能力。</p> <p>C. 提供理論架構與政策問題，具備問題界定與解決之能力。</p> <p>D. 提供研究方法與設計，具備政策分析與論證之能力。</p> <p>E. 提供公私部門之跨域議題，具備契約管理與監督之能力。</p> <p>F. 提供法律知識與解釋實例，具備法規制訂與應用之能力。</p> <p>G. 培養協力與跨域管理技能，具備組織協調與治理之能力。</p> <p>H. 培養談判協商技能，具備策略創新與整合之能力。</p>			
課程簡介	<p>行銷研究是行銷不可或缺的部分，為一個系統化的過程。在這過程當中包含設計蒐集資訊方法、管理資訊蒐集過程、分析與解釋結果、及對決策者進行溝通所發現之情報。行銷研究任務是去評估資訊需要及針對行銷決策提供適當的、精確的、可靠的、有效的當前資訊。</p>		
	<p>Marketing research(MR) is an integral part of marketing. It is a systematic process. Tasks in this process include designing methods for collecting information, managing the information collection process, analyzing and interpreting results, and communicating findings to decision makers. MR task is to assess information needs and provide management with relevant, accurate, reliable, valid, and current information to aid marketing decision making.</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	本課程目標是建置/提昇學生建構行銷相關問題研究之能力，為達成這樣目標學生被要求閱讀行銷研究文章，及進行開放性討論。本課程結束後，學生應具有行銷研究能力。	The purpose of this course is simply to equip/enhance students with the capability of conducting research related to marketing subject matter. For the achievement of this purpose, students are requested to read marketing articles and open discussion are welcome during the class. By the end of this course, students ought to complete a marketing research.	C4	BCD

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	本課程目標是建置/提昇學生建構行銷相關問題研究之能力，為達成這樣目標學生被要求閱讀行銷研究文章，及進行開放性討論。本課程結束後，學生應具有行銷研究能力。	課堂講授、分組討論	報告、討論

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	Course Orientation & Introduction to Marketing Research	
2	100/02/21~ 100/02/27	Marketing Research Problem and Approach	
3	100/02/28~ 100/03/06	Secondary Data, Literature Reviews, and Hypotheses	

4	100/03/07~ 100/03/13	Exploratory and Observational Research Designs	
5	100/03/14~ 100/03/20	Descriptive and Causal Research Designs	
6	100/03/21~ 100/03/27	Measurement Scaling and Sampling Methods	
7	100/03/28~ 100/04/03	Analysis of Variance and Covariance	
8	100/04/04~ 100/04/10	Correlation and Regression Analysis	
9	100/04/11~ 100/04/17	Logit Analysis	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試	
11	100/04/25~ 100/05/01	Factor Analysis	
12	100/05/02~ 100/05/08	Cluster Analysis	
13	100/05/09~ 100/05/15	Discriminant Analysis	
14	100/05/16~ 100/05/22	Multidimensional Scaling	
15	100/05/23~ 100/05/29	Conjoint Analysis	
16	100/05/30~ 100/06/05	Structural Equation Modeling	
17	100/06/06~ 100/06/12	Structural Equation Modeling	
18	100/06/13~ 100/06/19	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		Malhotra, N.K. (2010), Marketing Research: An Applied Orientation, 6th edition., Prentice Hall.	
參考書籍		吳萬益與林清河 (2002), 行銷研究, 華泰圖書股份有限公司。	
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：20.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆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。