

南台科技大學 95 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	商品分析與計劃
課程編碼	TOM00801
系所代碼	T
開課班級	碩研數動一甲
開課教師	王明堂
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	二 5 6 7 教室 T0808
必選修	選修
課程概述	本課程藉由同學的自我學習及課堂討論養成主動研究習慣，所以在課程上除了老師的講授外，還需學生選擇學習內容。
課程目標	介紹產品分析企畫的基本理論與方法, 由問卷調查及分析演練與評估, 培養學生的企畫能力。另經個案討論, 讓學生應用於相關工作。強調學生自我發掘與界定企畫主題, 以創意內容表達企畫發展方向, 依照小組所選擇主題, 由個人寫成個別企畫案 (Power-point) 發表與書面報告 (Word 檔)。
課程大綱	<p>第 1 週 9/19 課程簡介/ 研究主題, 研讀書籍選擇及研讀報告說明, 作業規定及繳交方式</p> <p>第 2 週 9/26 商品的選擇及分析方法</p> <p>第 3 週 10/3 研讀書籍選擇決定, 企畫的基本步驟 1. 界定問題, 2. 收集資料, 3. 市場調查, 4. 資料整理成情報 5. 產生創意, 6. 選擇可行方案, 7. 實施與檢討</p> <p>第 4 週 10/10 放假</p> <p>第 5 週 10/17 研究架構說明及企畫書內容</p> <p>第 6 週 10/24 研究主題界定, 產品企畫與消費者價值觀 1. 如何迎合消費者之思考 2. 消費者之價值觀簡介</p> <p>第 7 週 10/31 個人研讀報告</p> <p>第 8 週 11/7 個人研讀報告</p> <p>第 9 週 11/14 個人研讀報告</p>

	<p>第 10 週 11/21 研究方法的介紹—調查法，觀察法，數量化調查 .1.問卷調查簡介-預備，2.問卷調查之目的，3.問卷內容，4.項目確定、對象</p> <p>第 11 週 11/28 PERT Plan 調查統計—Excell 單純統計 1.設計管理與設計，2.時間及經費計畫表</p> <p>第 12 週 12/5 品牌行銷 高感性品牌行銷</p> <p>第 13 週 12/12 調查解析及討論</p> <p>第 14 週 12/19 調查解析及討論</p> <p>第 15 週 12/26 設計觀點 設計的不同觀點，設計與企畫 設計主導產品企劃、商品多樣化,，定位法與分析</p> <p>第 16 週 1/2 個人期末報告</p> <p>第 17 週 1/9 個人期末報告</p> <p>第 18 週 1/16 個人期末報告</p>
<p>英文大綱</p>	<p>第 1 週 9/19 課程簡介/ 研究主題，研讀書籍選擇及研讀報告說明，作業規定及繳交方式</p> <p>第 2 週 9/26 商品的選擇及分析方法</p> <p>第 3 週 10/3 研讀書籍選擇決定，企畫的基本步驟 1.界定問題,2.收集資料,3.市場調查,4.資料整理成情報 5.產生創意，6.選擇可行方案，7.實施與檢討</p> <p>第 4 週 10/10 放假</p> <p>第 5 週 10/17 研究架構說明及企畫書內容</p> <p>第 6 週 10/24 研究主題界定，產品企畫與消費者價值觀 1.如何迎合消費者之思考 2.消費者之價值觀簡介</p> <p>第 7 週 10/31 個人研讀報告</p>

	<p>第 8 週 11/7 個人研讀報告</p> <p>第 9 週 11/14 個人研讀報告</p> <p>第 10 週 11/21 研究方法的介紹—調查法，觀察法，數量化調查 .1.問卷調查簡介-預備，2.問卷調查之目的，3.問卷內容，4.項目確定、對象</p> <p>第 11 週 11/28 PERT Plan 調查統計—Excell 單純統計 1.設計管理與設計，2.時間及經費計畫表</p> <p>第 12 週 12/5 品牌行銷 高感性品牌行銷</p> <p>第 13 週 12/12 調查解析及討論</p> <p>第 14 週 12/19 調查解析及討論</p> <p>第 15 週 12/26 設計觀點 設計的不同觀點，設計與企畫 設計主導產品企劃、商品多樣化，定位法與分析</p> <p>第 16 週 1/2 個人期末報告</p> <p>第 17 週 1/9 個人期末報告</p> <p>第 18 週 1/16 個人期末報告</p>
教學方式	課堂講授, 口頭報告, 專題演講,
評量方法	作業／習題練習, 口頭報告, 課堂討論, 課程參與度(出席率),
指定用書	創意企畫
參考書籍	<ol style="list-style-type: none"> 1.產品設計與開發 / 張建成譯 (六合出版社) 2.設計管理 / 鄧成連著 (亞太出版社) . 3.高橋憲行著, 賴明珠 譯, 1995, 企畫書, 遠流出版社, 台北. 4.後藤秀夫, 許時嘉譯, 2001,市場調查實務手冊, 小知堂文化, 台北 5.郭泰, 2001, 企劃案, 遠流出版社, 台北
先修科目	<ol style="list-style-type: none"> 1.本課程希望同學先修產品設計，瞭解設計內涵後，知道設計者所期望之企畫內容。 2.如能修過產品分析，瞭解產品表達之內容及產品市場概況。
教學資源	暫未定

注意事項	<p>1.可作為畢業設計之先期研究，在此課程中瞭解產品之發展方向及市場需求，界定設計內容，如能瞭解整個過程對畢業設計之幫助甚大。也可在此過程中找到合適題目或提早發現方向，以利後續進行。</p> <p>2.對設計能力不強者，但企畫能力強也可另找到發揮空間。</p>
全程外語授課	
授課語言 1	
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	