

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	1CN02Y01
課程中文名稱	市場調查與產品企劃
課程英文名稱	Market Survey Application
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	夜四技產設三甲
任課教師	劉大琦
上課教室(時間)	週二第 12 節(X302) 週二第 13 節(X302) 週二第 14 節(X302)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	經由方法取得商品和顧客的相關資訊，應用於產品設計發展中。本課程包含市場調查與方法的介紹及應用、顧客行為與滿意度，以及探討廣告、商品及顧客間的關係，輔以業界實務案例進行專案探討。此訓練將使修習本課程學生發展全面性觀點，及培養在產品設計中所需具備的隱性知識與技巧。
先修科目或預備能力	基礎企劃能力，及具備產品設計的基本認識。
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.探討廣告、商品及顧客間的關係，--，1 設計知識</p> <p>2.探討媒體、科技與行銷研究的關聯，--，2 多媒體知識</p> <p>3.學習統計方法的運算，--，3 數位設計技能</p> <p>4.以研究與統計方法取得商品和顧客資訊，應用於產品設計發展，--，5 行銷企劃</p> <p>5.培養設計專業裡的的隱性知識與技巧，及洞察事件本質的敏銳度，--，6 創意思考</p>
中文課程大綱	<p>1.市場調查與應用概述</p> <p>2.市場、品牌與顧客的關聯性</p> <p>3.顧客行為與滿意研究</p> <p>4.研究方法認識與應用</p> <p>5.資料分析與應用</p> <p>6.商品、廣告與顧客的關聯性</p>

	7.實作應用練習
英/日文課程大綱	
課程進度表	
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>探討廣告、商品及顧客間的關係，--，--</p> <p>探討媒體、科技與行銷研究的關聯，--，--</p> <p>學習統計方法的運算，--，--</p> <p>以研究與統計方法取得商品和顧客資訊，應用於產品設計發展，--，--</p> <p>培養設計專業裡的的隱性知識與技巧，及洞察事件本質的敏銳度，--，--</p>
指定用書	
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	