

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	54N03101
課程中文名稱	市場調查與消費者行為
課程英文名稱	Market Survey and Consumer Behavior
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	夜四技工管四甲
任課教師	李錦河
上課教室(時間)	週五第 12 節(W0508) 週五第 13 節(W0508) 週五第 14 節(W0508)
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	本課程首先介紹市場調查的涵意、範圍、分類，次則介紹市場調查之統計方法及應用，最後再討論市場調查與消費者行為。
先修科目或預備能力	No
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>1.能了解市場調查的基本概念及其重要性，--，1 管理知識 2.能針對管理問題辨識適當的調查方法，並用以建立管理決策，--，5 分析構想 3.能體認正確嚴謹應用統計方法的重要性，--，12 人文素養 4.能應用統計方法分析調查實務資料，--，2 管理實務 5.能利用 SPSS 軟體分析資料並正確解讀報表，--，13 資訊能力 6.能有效解析與呈現資訊分析結果，讓不懂調查專業術語的決策者亦可以理解，--，9 報告溝通</p>
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市場調查的演進, 發展與程序 2. 如何蒐集初級資料與次級資料 3. 問卷設計 4. 態度的調查研究 5. 問卷調查結果及統計分析 6. 報告之撰寫

英/日文課程大綱	1. Introduction for market survey 2.Primary data and secondary data 3. Design of questionnaire 4. measurement 5.Analysis fo data 6. Report
課程進度表	第一章 市場調查的概念 第二章 市場調查規劃 第三章 次級資料研究 1-概述 第四章 次級資料研究 2-資料庫的使用 第五章 質化研究 第六章 量化研究 1-調查法 第七章 量化研究 2-抽樣設計 第八章 量化研究 3-抽樣設計 第九章 量化研究 4-資料處理與分析 第十章 調查的執行與管理 第十一章 撰寫調查報告 第十二章 基礎調查範例介紹 第十三章 理論與實務
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 能了解市場調查的基本概念及其重要性，課堂講授，作業 能針對管理問題辨識適當的調查方法，並用以建立管理決策，實作演練，實作 能體認正確嚴謹應用統計方法的重要性，課堂講授，筆試 能應用統計方法分析調查實務資料，實作演練，設計製作 能利用 SPSS 軟體分析資料並正確解讀報表，實作演練，作業 能有效解析與呈現資訊分析結果，讓不懂調查專業術語的決策者亦可以理解，成果驗收，書面報告
指定用書	書名：市場調查 作者：梁世武 書局：普林斯頓 年份：104 ISBN：ISBN 978-986-5917-60-9 版本：三版
參考書籍	黃俊英著(2008),行銷研究--管理與技術(八版),台北市:華泰文化事業有限公司 柯惠新等合著(2002),市場調查,台北市:鼎茂圖出版股份有限公司
教學軟體	SPSS19.0

課程規範	出席率
------	-----