

# 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	60D31E01
課程中文名稱	國際市場調查與研究
課程英文名稱	International Marketing Survey & Research
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	四技國企四甲 四技國企四乙
任課教師	劉炳欽
上課教室(時間)	週三第 2 節(S513) 週三第 3 節(S513) 週三第 4 節(S513)
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	1.使同學了解國際市場調查的一些基本原理。(知識) 2.訓練同學國際市場調查的能力。(技能) 3.培養同學對於國際市場調查應保有的態度與認知。(態度) 4.讓同學從課程中訓練單獨解決問題的能力。(其他)
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.了解市場研究知識，--，1 國際商務知識 2.學習必要的市場統計方法，--，4 資料分析能力 3.訓練市場分析的邏輯思考能力，--，12 邏輯思考能力 4.訓練商務簡報能力，--，6 商務簡報能力 5.培養協調溝通能力，--，7 整合協調溝通
中文課程大綱	一、課程簡介 內容簡介、教學進行方式與要求 二、國際行銷重要理論 1. 市場區隔 2. 消費行為 3. 市場定位 4. 行銷策略 三、常用數量方法

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 數量方法簡介</li> <li>2. 多變量分析方法</li> <li>3. 質性研究方法</li> </ol> <p>四、研究套裝軟體之使用</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SPSS</li> <li>2. AMOS</li> </ol> <p>五、抽樣方法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 常用抽樣方法</li> <li>2. 商業研究抽樣方法</li> </ol> <p>六、個案分析</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 研究程序</li> <li>2. 研究結果解讀與陳述</li> <li>3. 研究建議</li> </ol>
英/日文課程大綱	
課程進度表	<p>研討</p> <p>週次 內容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 課程說明及分組</li> <li>第 1 章 市場調查的概念</li> <li>2 第 2 章 市場調查規劃</li> <li>3 第 3 章 次級資料研究 I — 概述</li> <li>4 第 4 章 次級資料研究 II — 資料庫的使用</li> <li>5 第 5 章 質化研究</li> <li>6 第 6 章 量化研究 I — 調查法</li> <li>7 第 7 章 量化研究 II — 抽樣設計</li> <li>8 第 8 章 量化研究 III — 問卷設計</li> <li>9 期中考</li> <li>10 第 9 章 量化研究 IV — 資料處理與分析</li> <li>11 第 10 章 調查的執行與管理</li> <li>12 第 10 章 調查的執行與管理</li> <li>13 第 11 章 撰寫調查報告</li> <li>14 第 12 章 基礎調查範例介紹</li> <li>15 第 13 章 理論與實例</li> <li>16 期末報告</li> <li>17 期末報告</li> <li>18 期末考</li> </ol>
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>了解市場研究知識，課堂講授，筆試筆試</p>

	學習必要的市場統計方法，課堂講授，口頭報告筆試筆試 訓練市場分析的邏輯思考能力，分組討論，口頭報告 訓練商務簡報能力，分組討論，口頭報告 培養協調溝通能力，分組討論，口頭報告
指定用書	書名：市場調查 作者：梁世武 書局：普林斯頓國際有限公司 年份：2015 ISBN：9789865917609 版本：第三版
參考書籍	市場調查 作者：江建良 出版社：普林斯頓國際有限公司 出版年(西元)：2007
教學軟體	ppt 軟體
課程規範	上課時請不要滑手機、交談以及趴在桌上睡覺