

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D1AO01
課程中文名稱	行銷研究
課程英文名稱	Marketing Research
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	四行流產攜三甲
任課教師	施坤壽
上課教室(時間)	週四第 2 節(T0214) 週四第 3 節(T0214) 週四第 4 節(T0214)
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	本課程除了介紹行銷研究的觀念外，並強調研究技術(量化與質性研究)的訓練，內容涵蓋科學方法之概念、研究流程、文獻探討、資料收集、資料分析與解釋及研究報告撰寫等相關主題，並由同學分組進行專題研究報告之實務訓練，以建立同學基本研究能力。
先修科目或預備能力	
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.瞭解行銷研究資料分析，--，9 資訊科技應用能力 2.產品行銷研究之實務規劃，--，5 整合與解決問題能力 3.產品行銷企劃之實務規劃，--，6 企劃能力 4.培養團隊解決問題能力，--，13 工作態度與團隊合作</p>
中文課程大綱	一、行銷研究導論 二、研究設計 三、資料蒐集來源與方法 四、資料分析方法 五、研究結果撰寫與報告
英/日文課程大綱	1. Introduction to Marketing Research 2. The Design of Business Research 3. The Sources and Collection of Data 4. Data Analysis Methods

	5. Presenting Results : Written and Oral Reports
課程進度表	<p>第一週 行銷研究概論、行銷研究環境分析與 (Ch.1、Ch.2)</p> <p>第二週 次級資料、行銷研究規劃(Ch.3 & 4)</p> <p>第三週 質性研究、新產品概念發展(Ch.5 & 6)</p> <p>第四週 行銷研究調查、抽樣方法(Ch. 7 & 8)</p> <p>第五週 問卷設計(Ch. 12)</p> <p>第六週 各組期中報告(一)</p> <p>第七週 消費者行為研究(Ch. 9)</p> <p>第八週 資料分析方法(1) (Ch.13)</p> <p>第九週 資料分析方法(2)</p> <p>第十週 資料分析方法(2)</p> <p>第十一週 期末分組口頭報告</p> <p>第十二週 繳交期末書面報告</p>
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>瞭解行銷研究資料分析，課堂講授，作業</p> <p>產品行銷研究之實務規劃，課堂講授，作業</p> <p>產品行銷企劃之實務規劃，課堂講授，書面報告</p> <p>培養團隊解決問題能力，分組討論，口頭報告</p>
指定用書	<p>書名：行銷研究—理論與實務應用(四版)</p> <p>作者：邱志聖</p> <p>書局：智勝文化(02)2388-6368</p> <p>年份：2015</p> <p>ISBN：ISBN 978-957-729-997-0</p> <p>版本：四版</p>
參考書籍	<p>行銷研究—管理與技術，黃俊英，華泰文化事業</p> <p>實務專題製作—企業研究方法的實踐，楊政學，新文京開發出版股份有限公司</p> <p>行銷研究，吳萬益，華泰文化</p>
教學軟體	
課程規範	