

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D1B202
課程中文名稱	市場調查
課程英文名稱	Market Survey
學分數	2.0
必選修	選修
開課班級	四技行流三乙
任課教師	施坤壽
上課教室(時間)	週二第 3 節(T0204) 週二第 4 節(T0204)
課程時數	2
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	本課程除了介紹市場調查的觀念外，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企劃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	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.瞭解行銷研究及其與行銷之關係，--，2 行銷與銷售管理知識 2.產品行銷研究之實務規劃，--，5 整合與解決問題能力 3.瞭解行銷研究資料分析，--，9 資訊科技應用能力 4.產品行銷企劃之實務規劃，--，6 企劃能力 5.培養團隊解決問題能力，--，13 工作態度與團隊合作
中文課程大綱	一、市場調查導論 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 Market Survey 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 課程介紹</p> <p>第二週 市場調查概念</p> <p>第三週 市場調查規劃</p> <p>第四週 次級資料研究-概述</p> <p>第五週 次級資料研究-資料庫的使用</p> <p>第六週 質化研究</p> <p>第七週 量化研究-調查法</p> <p>第八週 量化研究-抽樣設計</p> <p>第九週 期中考</p> <p>第十週 量化研究-問卷設計</p> <p>第十一週 量化研究-資料處理與分析</p> <p>第十二週 調查執行與管理</p> <p>第十三週 撰寫調查報告</p> <p>第十四週 調查範例介紹</p> <p>第十五週 期末報告(一)</p> <p>第十六週 期末報告(二)</p> <p>第十七週 期末報告(三)</p> <p>第十八週 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>瞭解行銷研究及其與行銷之關係，課堂講授，筆試</p> <p>產品行銷研究之實務規劃，課堂講授，筆試</p> <p>瞭解行銷研究資料分析，課堂講授，筆試實作</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，書面報告</p>
指定用書	<p>書名：講義</p> <p>作者：</p> <p>書局：</p> <p>年份：</p> <p>ISBN：</p> <p>版本：</p>
參考書籍	<p>市場調查實務-問卷設計與研究分析，吳柏林、謝名娟，新陸書局</p> <p>市場調查(第三版)-新式與基礎調查方法及實例，梁世武，普林斯頓</p> <p>行銷研究—理論與實務應用(四版)，邱志聖，智勝文化</p>
教學軟體	
課程規範	

