

南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	D0D04401
課程中文名稱	行銷研究
課程英文名稱	Marketing Research
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	四技行流三甲
任課教師	施坤壽
上課教室(時間)	週一第 2 節(T0214) 週一第 3 節(T0214) 週一第 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>2.瞭解行銷研究資料分析 ,-- ,9 資訊科技應用能力 3.產品行銷研究之實務規劃 ,-- ,5 整合與解決問題能力 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</p>
中文課程大綱	<p>一、行銷研究導論</p> <p>二、研究設計</p> <p>三、資料蒐集來源與方法</p> <p>四、資料分析方法</p> <p>五、研究結果撰寫與報告</p>
英/日文課程大綱	<p>1. Introduction to Marketing Research</p> <p>2. The Design of Business Research</p> <p>3. The Sources and Collection of Data</p> <p>4. Data Analysis Methods</p>

	5. Presenting Results : Written and Oral Reports
課程進度表	<p>第一週 行銷研究概論與專題說明(Ch.1)(分組完成)</p> <p>第二週 行銷研究環境分析、次級資料(Ch.2 & 3)</p> <p>第三週 中秋節放假</p> <p>第四週 行銷研究規劃與質性研究(Ch. 4 & 5)</p> <p>第五週 新產品概念發展與行銷研究調查(Ch. 6 & 7)</p> <p>第六週 抽樣方法與消費者行為研究(Ch.8 & 9)</p> <p>第七週 各組期中報告(一)</p> <p>第八週 各組期中報告(二)</p> <p>第九週 期中考</p> <p>第十週 問卷設計(Ch.12)</p> <p>第十一週 實驗設計(Ch.10&11)</p> <p>第十二週 資料分析方法(1) (Ch.13)</p> <p>第十三週 資料分析方法(2) (Ch.13 &15)</p> <p>第十四週 創新行銷、創業計劃範例說明</p> <p>第十五週 期末分組口頭報告(一)</p> <p>第十六週 期末分組口頭報告(二)</p> <p>第十七週 元旦(放假)(12/22 補課)</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>瞭解行銷研究資料分析，課堂講授，筆試</p> <p>產品行銷研究之實務規劃，課堂講授，作業筆試</p> <p>產品行銷企劃之實務規劃，課堂講授啟發思考，書面報告</p> <p>培養團隊解決問題能力，課堂講授啟發思考，書面報告</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：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	

