

朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱
Marketing Research 行銷研究

當期課號	3265	Course Number	3265
授課教師	陳玄愷	Instructor	CHEN,SHUAN KAI
中文課名	行銷研究	Course Name	Marketing Research
開課單位	行銷與流通管理系(四進)二B	Department	
修習別	必修	Required/Elective	Required
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程的教學目標主要訓練學生應用行銷研究的技術降低決策風險。行銷研究可廣泛地應用於行銷組合中，在形成行銷決策的過程中扮演著重要核心的角色。行銷研究應用初級與次級資料於許多個案中，並幫助企業與行銷研究中心在進行特定市場研究。	Objectives	The purpose of this course is to train students how to reduce the risk of decision-making by using marketing research methods. Marketing research can be applied in all aspects of marketing mix and it also plays an important crucial role in the process of developing marketing strategy. Marketing research uses primary and secondary data in many case studies and help to do specific researches for companies and marketing research centre.
教材	1. 主要讀本：呂長民，行銷研究：企業研究方法實務應用，前程文化事業，第六版，2009年1月。徐宗國譯，質性研究概論，巨流圖書公司，第一版，1998年10月。（翻譯自 Anselm Straus and Juliet, Basics of Qualitative Research : Grounded Theory Procedures and Techniques 一書 2. 參考書籍： □ Gibert A. Churchill, Jr. Dawn Iacobucci, Marketing Research: Methodological Foundations (2004), 9th ed., Thompson Learning. □ Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler, Business Research Methods (2003), 8th ed., McGraw-Hill Higher Education.	Teaching Materials	Anselm Straus and Juliet, Basics of Qualitative Research : Grounded Theory Procedures and Techniques
成績評量方式	1. 出席率(遲到或早退列入評估)：15%。 2. 期中考試(含上機考試10%)：30%。 3. 期末上機考試20% 4. 期末個人心得報告：15%。 5. 期末小組專題(書面+口頭報告)：20%。 6. 參加與專題有關競賽額外加分獎勵 □ (1)參加: 2%；(2)獲獎:5%。	Grading	1. Attendance(late and left early): 15%. 2. Mid-term Examination (Computer Operation 10%): 30%. 3. Final Examination of Computer Operation: 20%. 4. Final Learning Report: 15%. 5. Final Team Paper Report and Oral Report: 20%. 6. Competition Performance: Attend (2%) / Champion (5%)
教師網頁	http://www.marketing.cyut.edu.tw/ContentDetail.aspx?mid=teacher&cid=65&NewsID=14		
	週數 主題單元 內容概要 教學章節 第一週 課程介紹/漫談統計/Excel 統計應用 課堂規定與評分標準/分組 第二週 行銷研究在決策層面上扮演的角色 行銷研究進行的時機與所需技能 第一章 第三週 研究方法概述(一) 質性研究與量化研究比較 第二章 第四週 研究方法概述(二) 行銷研究的研究類型與流程 第三章 第五週 質性研究概述 質性研究類型與處理的量化 第四章 第六週 質性研究資料蒐集與分析 質性研究使用的抽樣方法與資料分析		1.Excel Software Operating of Marketing Reserach. 2.The role of marketing research in decision making. 3.Introduction of qualitative research methods. 4.Collection and analysis of qualitative research data. 5.Design of questionnaires. 6.Construct of Scales. 7.Sampling design. 8.Investigation Study. 9.Online questionnaires research. 10.Experiment method.

<p>教學內容</p>	<p>第五章 第七週 研究報告範例-質性研究範例 個案學習 第十四章 第八週 問卷設計 問卷設計實務 第六章 第九章 第九週 期中考 -- 第十週 資料整理與量化研究(1) 範例 分析(1)(2) 第十二章 第十一週 量表的建構 量表分類與意 涵 第七章 第十二週 抽樣設計 各類抽樣方法與 其應用 第八章 第十三週 調查法 瞭解調查法種類及 各自適用狀態 第九章 第十四週 網路問卷調查 網路問卷設 計與調查 第十章 第十五週 實驗法 實驗法實務操作意 涵 第十一章 第十六週 資料整理與量化研究(2) 範 例分析(3)~(7) 第十三章 第十七週 研究報告範例-量化研究範 例 個案學習 第十四章 第十八週 期末考(書面+口頭報告+上 機考試) --</p>	<p>Syllabus</p>	<p>11.Data processing and quantitative research case study I. 12.Quantitative research case study II. 13.Research report case.</p>
-------------	---	-----------------	--

尊重智慧財產權，請勿非法影印。