

朝陽科技大學
101學年度第1學期教學大綱

當期課號	1149	中文科名	行銷研究
授課教師	謝介人	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	日間部四年制3年級 A班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
專業倫理與團隊合作態度。			✓		
自主學習與終身學習態度。		✓			
產業趨勢與國際視野洞察能力。	✓				
經營企劃與流程設計能力。	✓				
業務開拓能力。		✓			
經營診斷與顧問能力。		✓			
創意與創新規劃能力。			✓		

本課程培養學生下列知識：

掌握顧客需求，提升企業獲利能力，係現代化企業面對全球經濟快速變動需考慮之重點。本課程以行銷工程之架構，著重內外競爭環境，發現市場機會，確認並評估行銷績效，輔以市場調查技術，顧客資料採礦等分析工具，期使同學獲取行銷研究之重要內涵。

- 1.具備基本統計概念
- 2.具備分析市場資訊能力
- 3.解讀顧客回應的意涵
- 4.瞭解產業競爭的結構與環境

Grasping customer needs and enhancing profitability are the focuses of the modern enterprises facing of the global rapid changes economic system. This program works with marketing structure, focus on the internal and external competitive environment, finds out market opportunities, identifies and evaluates marketing performance, combined with market research techniques, customer data mining and other analytical tools. We hope that the students can obtain the important contents of marketing research.

每週授課主題

- 第01週：行銷研究的意義與角色
- 第02週：科學研究的特性
- 第03週：行銷研究程序與步驟
- 第04週：資料蒐集 - 次級資料來源與探勘
- 第05週：資料蒐集 - 原始資料的設計與抽樣
- 第06週：問卷設計要旨與架構
- 第07週：調查法-人員，電話，網路郵寄等
- 第08週：實驗設計與抽樣
- 第09週：樣本大小與誤差推定
- 第10週：知覺與態度衡量
- 第11週：信度與效度分析
- 第12週：基本統計檢定與解釋
- 第13週：行銷模式實證方法與實例-XLSTAT應用（1）
- 第14週：實證方法介紹與實例-XLSTAT應用（2）
- 第15週：研究報告撰寫與呈現
- 第16週：簡報技巧與要旨
- 第17週：期末分組報告與討論1
- 第18週：期末分組報告與討論(2)

成績及評量方式

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

- 2.黃俊英著 行銷研究概論（五版）華泰文化(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~ycc/>

E-Mail：ycc@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。