

朝陽科技大學
102學年度第1學期教學大綱

當期課號	3176	中文科名	行銷研究
授課教師	鄭江宇	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業必修	開課班級	四年制2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
行銷專業實戰能力。	✓				
流通連鎖專業實戰能力。					✓
職場所需資訊能力。			✓		
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力。		✓			
問題解決、終身學習與創新能力。				✓	
職場所需語文能力。				✓	

本課程培養學生下列知識：

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。

- 1.依需求與研究目的設計量化或質化的行銷研究活動
- 2.進行各類行銷研究作業
- 3.進行行銷相關研究的品質與資訊安全管理
- 4.進行行銷研究結果分析及建議
- 5.溝通表達
- 6.人際互動
- 7.團隊合作
- 8.問題解決

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.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹 (9/12)
- 第02週：中秋節 (9/19)
- 第03週：行銷研究導論、界定行銷研究問題 (9/26)
- 第04週：次級資料、初級資料 (10/3)
- 第05週：國慶日 (10/10)
- 第06週：蒐集初級資料的方法 (10/17)
- 第07週：問卷的設計及其構成 (10/24)
- 第08週：抽樣 (10/31)
- 第09週：期中考 (11/7)
- 第10週：態度的衡量 (11/14)
- 第11週：資料分析-上 (11/21)
- 第12週：資料分析-下 (11/28)
- 第13週：研究報告 (12/5)
- 第14週：顧客滿意度研究 (12/12)
- 第15週：市場可行性研究 (12/19)
- 第16週：商圈評估與零售地點選擇 (12/26)
- 第17週：廣告與促銷效果評估 (1/2)
- 第18週：期末考 (1/9)

成績及評量方式

- 出缺席：30%
- 期中考：30%
- 期末考：30%
- 課堂表現：10%

證照、國家考試及競賽關係

■校外競賽

主要教材

1.行銷研究方法與個案(第二版) 周泰華著 滄海書局 ISBN : 9789866184765(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.marketing.cyut.edu.tw/ContentDetail.aspx?mid=teacher&cid=65&NewsID=60>

E-Mail：ccy@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第1~2節,地點:R-231;

星期三,第7~8節,地點:R-231;

分機:

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。