

朝陽科技大學
103學年度第1學期教學大綱

當期課號	3170	中文科名	行銷研究
授課教師	林有志	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 B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：關於行銷研究課程、課程評分說明
- 第02週：行銷研究簡介
- 第03週：行銷研究的程序
- 第04週：研究設計
- 第05週：質性研究：觀察法、焦點團體法、投射技巧等
- 第06週：問卷調查資料的蒐集方法
- 第07週：行銷研究的調查方法
- 第08週：問卷設計
- 第09週：期中報告
- 第10週：決定樣本如何選擇
- 第11週：決定樣本大小
- 第12週：實地蒐集資料、無回應誤差、檢查問卷
- 第13週：資料分析：敘述性統計
- 第14週：資料分析：統計推論與假設檢定
- 第15週：兩個或兩個以上群組的差異檢定
- 第16週：決定並解釋變數的相關性
- 第17週：迴歸分析
- 第18週：期末考週

成績及評量方式

- 期中：30%
 期末：30%
 平時出席：40%

證照、國家考試及競賽關係

■校外競賽

主要教材

1.沈永正譯 (2007), 行銷研究, 初版, 全華圖書。(教科書)(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

1.本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~tsu/>

E-Mail：tsu@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第1~2節,地點:T2-1040;

星期三,第8~9節,地點:T2-1040;

分機:7820

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。