

朝陽科技大學
105學年度第1學期教學大綱

當期課號	3178	中文科名	行銷研究
授課教師	張友信	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
開課班級	四年制3年級 B班		
修習別	專業必修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	高度關聯	中度關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力	執行各類行銷研究作業，並進行分析與建議。	✓		
行銷專業實戰能力	運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略。		✓	
有良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力	團隊合作。			✓
問題解決、終身學習與創新能力	問題解決。	✓		
溝通表達與職場所需之語文能力	溝通表達。			✓

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.執行各類行銷研究作業，並進行分析與建議
- 2.運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略
- 3.團隊合作
- 4.問題解決
- 5.溝通表達

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：行銷研究介紹
- 第02週：行銷研究介紹
- 第03週：定義行銷研究問題與發展行銷研究方法
- 第04週：定義行銷研究問題與發展行銷研究方法
- 第05週：研究設計
- 第06週：研究設計
- 第07週：探索性研究設計：次級資料
- 第08週：探索性研究設計：次級資料
- 第09週：期中報告
- 第10週：探索性研究設計：次級資料的綜合服務
- 第11週：探索性研究設計：次級資料的綜合服務
- 第12週：探索性研究設計：質化研究
- 第13週：探索性研究設計：質化研究
- 第14週：探索性研究設計：質化研究
- 第15週：描述性研究設計：調查和觀察
- 第16週：因果性研究設計：實驗
- 第17週：因果性研究設計：實驗
- 第18週：期末報告

成績及評量方式

- 學習態度與出席：40%
- 期末報告：20%
- 競賽：40%

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

1.行銷研究曾光華歐亞書局(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/~yhchang1991/>

E-Mail：yhchang1991@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期一,第6~7節,地點:R-223;

星期三,第5~6節,地點:R-223;

分機:4831、4831

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。