

**朝陽科技大學**  
**105學年度第1學期教學大綱**

當期課號	3299	中文科名	市場調查與行銷
授課教師	李朝金	開課單位	工業設計系
學分數	2	修課時數	2
開課班級	四年制3年級 A班		
修習別	專業選修		
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
觀察記錄產品設計環境背景之辨證能力	能夠進行產品的資料收集、分析與應用	✓		
產品設計之提案、說明、設計、執行與發表能力	具備良好的口語表達能力	✓		
溝通協調與組織分工之跨領域協同整合能力	能夠與他人進行良好的協調與溝通	✓		
市場需求之體察與評估能力	能夠進行市場資訊的收集與分析	✓		
市場需求之體察與評估能力	能夠瞭解人類生理與心理的特徵並能適當的運用	✓		

**本課程培養學生下列知識：**

本課程目標在使學生瞭解行銷知識對於產品設計工作之重要性，令其了解產品設計必須以使用者之需求為依歸之概念。並且務使學生熟知獲取市場資訊之各種主要作業方式，及各個主要推進階段的作業內容與方法。以期在未來的設計工作中，能夠於適當之時機、以正確之方式運用相關之方法取得必要之決策依據，以提高其設計之價值。

1. 使學生瞭解行銷知識對於產品設計工作之重要性及其相關之概念。
2. 使學生熟知獲取市場資訊之各種主要作業方式，及各個主要推進階段的作業內容與方法。以期在未來的設計工作中，能夠於適當之時機、以正確之方式運用相關之方法取得必要之決策依據，以提高其設計之價值。
3. 本課程除理論之講授以外，將儘可能以個案研討及實際演練之方式促使學生進行討論，以加強其思考能力及對相關概念之深層領會。

The aim is to enhance students' awareness of the importance of the knowledge of marketing for product designers, emphasizing that product design must be done with the orientation of user needs. In addition, the course will also device students with the required ability of conducting surveys of user needs as well as the ability to link these needs to a product design planning. The instructions will be in a step-by-step fashion, and supplemented with sufficient real case interpretations.

**每週授課主題**

- 第01週：課程與規定介紹
- 第02週：行銷學與工業設計的關係
- 第03週：行銷的四大構面
- 第04週：行銷與價格及通路策略
- 第05週：行銷與促銷廣告策略
- 第06週：行銷與產品策略
- 第07週：期中報告發表
- 第08週：期中報告發表
- 第09週：收集市場初級資料的方法與原理
- 第10週：調查問卷的設計
- 第11週：調查問卷的設計
- 第12週：調查問卷的測試與修正
- 第13週：調查問卷的測試與修正
- 第14週：調查問卷的測試與修正
- 第15週：調查結果的統計
- 第16週：調查結果的分析與解讀
- 第17週：期末報告發表
- 第18週：期末報告發表

**成績及評量方式**

- 口頭報告：60%
- 學習態度：20%
- 平時作業及出席：20%

### 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.由授課教師自行編寫(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/~kim.cklee/>

E-Mail：[kim.cklee@msa.hinet.net](mailto:kim.cklee@msa.hinet.net)

Office Hour：

星期一,第5~6節,地點:D-430;

星期三,第5~6節,地點:D-430;

分機:4356

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。