

朝陽科技大學
108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	賴旭堂	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：行銷研究導論
- 第02週：界定行銷研究問題
- 第03週：次級資料
- 第04週：初級資料
- 第05週：收集初級資料的方法
- 第06週：問卷的設計及其構成
- 第07週：抽樣
- 第08週：態度的衡量
- 第09週：現場作業的管理
- 第10週：資料分析
- 第11週：資料分析—基本問題
- 第12週：研究報告
- 第13週：顧客滿意度研究
- 第14週：市場可行性研究
- 第15週：商圈評估與零售地點選擇
- 第16週：競爭分析
- 第17週：廣告效果評估
- 第18週：促銷效果評估

成績及評量方式

- 課程參與：20%
- 出席率：20%
- 期中成績：30%
- 期末成績：30%

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.行銷研究方法與個案周泰華滄海書局104年7月第二版(教科書)
- 2.廣告行銷研究(自製教材)

參考資料

- 書名：行銷學 作者：曾光華 出版年(西元)：107年 出版社：前埕文化
- 書名：行銷學 作者：曾光華 出版年(西元)：102年 出版社：前埕文化
- 書名：消費者行為 作者：徐達光 出版年(西元)：104年 出版社：東華書局

建議先修課程

- 1.行銷學
- 2.消費者行為

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~/>

E-Mail：@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。