

# 101-2 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	行銷研究	科目序號 / 代號	2506 / BAB3023
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班4年1班
任課教師	陳錫評	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(二)CDE / B304	授課語言別	中文

## 課程簡介

- 1.促使同學瞭解各種研究方法之原理與程序。
- 2.幫助同學瞭解並檢定量測工具之信度與效度。
- 3.幫助同學瞭解問卷設計、量表設計、樣本抽樣及資料蒐集之方法。
- 4.促使同學瞭解並練習各種資料之分析方法。
- 5.指導同學面對各類行銷問題時，如何建立研究架構、設計假設並選擇適當之調查及資料分析方法。

## 課程大綱

- 01行銷資訊系統與行銷研究系統
- 02行銷研究綜述
- 03行銷研究設計與規劃
- 04行銷研究資料之收集
- 05行銷研究之問卷設計
- 06行銷研究對態度之衡量
- 07行銷研究之抽樣設計
- 08行銷研究之實驗設計
- 09行銷研究之定性研究方法
- 10行銷研究報告之撰述
- 11行銷觀念與行銷策略
- 12行銷規劃與管理
- 13行銷方案規劃及管理之程序
- 14知名品牌包包之消費者行為研究
- 15碳酸飲料行銷組合對顧客滿意度之研究
- 16品牌形象、知覺價值、口碑、產品知識對 購買意願之研究

## 基本能力或先修課程

- 1、溝通及書寫能力：培養學生有效的溝通及書寫能力
- 2、創意解決策略性問題：利用創意的方式及思考解決策略性問題
- 3、領導技巧：訓練學生擁有領導技巧
- 4、全球性視野思考：訓練學生以全球性視野思考
- 5、專業技巧及價值：訓練學生成為一個專業的經理人所具備之技巧及價值

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理專業能力
-  道德關懷
-  創造力
-  團隊合作能力
-  溝通能力

### 教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
管理專業能力	20%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力	小組討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20
道德關懷	20%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	小組討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20
創造力	20%	產生新穎想法並付諸實行的能力	小組討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20
團隊合作能力	20%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	小組討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20
溝通能力	20%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	小組討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20

## 成績稽核

期中考: 30%

期末考: 30%

分組報告: 20%

口頭報告: 10%

書面報告: 10%

## 教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教科書				

## 參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
行銷研究	胡政源		新文京開發出版股份有限公司	2012

## 上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程簡介	100				
2	01行銷資訊系統與行銷研究系統	100				
3	02行銷研究綜述	100				
4	03行銷研究設計與規劃	100				
5	04行銷研究資料之收集	100				
6	05行銷研究之問卷設計	100				
7	06行銷研究對態度之衡量	100				
8	07行銷研究之抽樣設計	100				
9	期中考					
10	08行銷研究之實驗設計	100				
11	09行銷研究之定性研究方法	100				
12	10行銷研究報告之撰述	100				
13	11行銷觀念與行銷策略	100				
14	12行銷規劃與管理	100				
15	13行銷方案規劃及管理之程序	100				
16	14知名品牌包包之消費者行為研究	100				
17	15碳酸飲料行銷組合對顧客滿意度之研究	100				
18	期末考					