

明志科技大學管理暨設計學院數位行銷設計實務專班課程綱要

課程名稱：(中文) 市場調查與數據分析		開課單位	數位行銷設計 實務專班
(英文) Market Survey and data analysis		課程代碼	30700Y
可授課教師：孫儷芳、李文玄			
學分數/時數	3/3	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	年級/學期
二/上			
先修科目或先備能力：無			
課程目標：傳授學生擬定市場調查企劃的程序與步驟，並使學生學會以科學方法加以分析及歸納、精確解讀從市調中獲得的重要情報，作為後續商品開發/行銷/銷售策略之依據來源。			
教科書	(1) 《市場調查實務：問卷設計與研究分析(二版)》吳柏林、謝名娟 著，新陸出版社，2016年。		
參考書	無		
E化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)		
教學方法 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 理論講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 實務講授、 <input type="checkbox"/> 個案分析、 <input type="checkbox"/> 企業參訪、 <input type="checkbox"/> 業師協同、 <input type="checkbox"/> 遠距教學、 <input checked="" type="checkbox"/> 分組實作、 <input checked="" type="checkbox"/> 課堂練習、 <input type="checkbox"/> 演講、 <input type="checkbox"/> 其它_____		
評量方法 (可複選)	<input type="checkbox"/> 筆試、 <input checked="" type="checkbox"/> 實作(作業)、 <input checked="" type="checkbox"/> 書面報告、 <input checked="" type="checkbox"/> 口頭簡報、 <input type="checkbox"/> 競賽、 <input type="checkbox"/> 其它_____		
課程綱要		培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容		
行銷研究與市場調查	行銷研究方法概念與邏輯、調查方法程序與步驟、變數尺度設計概念	<input checked="" type="checkbox"/> 專業知識 <input type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 創新創意 <input type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 溝通表達 <input checked="" type="checkbox"/> 倫理態度 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 跨域整合	
問卷設計與施測	問卷設計題項設計 抽樣施測方法 問卷設計、施測與問卷回收實作	<input checked="" type="checkbox"/> 專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 創新創意 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通表達 <input checked="" type="checkbox"/> 倫理態度 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 跨域整合	
SPSS 應用統計軟體	統計分析 SPSS 統計軟體操作 統計分析報表解讀與管理意涵	<input checked="" type="checkbox"/> 專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 創新創意 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通表達 <input type="checkbox"/> 倫理態度 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 跨域整合	
EICP 消費者行銷資料庫運用	EICP 資料庫介紹、運用、解讀	<input checked="" type="checkbox"/> 專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 創新創意 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 溝通表達 <input type="checkbox"/> 倫理態度 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 跨域整合	
評量方法：			
方式	內容	配分(%)	
平時成績	出席與課堂參與 平時作業	40%	

期中報告	分組市場調查研究議題訂定與規劃(施測對象、問卷設計、抽樣設計)	30%
期末報告	分組市場調查實作與結果分析(問卷施測與回收、資料分析、報表解讀)	30%
檢核標準：		
幾乎能展現：A--A+、能展現 75%水準：B--B+、能展現 60%水準：C--C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】