

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：（中文）量化分析方法		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）Quantitative Analysis Methods		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	上學期
先修科目或先備能力：具備基礎統計概念尤佳				
課程目標：本課程旨在培養學生運用統計邏輯與數位工具進行客觀決策的能力。相較於質性研究的深度洞察，量化分析強調「數據驅動」，學習如何透過問卷調查、數據挖掘與統計檢定，驗證數位行銷策略的有效性。學生將掌握從研究設計、資料蒐集到統計分析的完整流程，並能產出具備科學實證基礎的行銷設計方案。				
教科書	無			
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)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☒ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
1. 量化研究導論與設計	比較量化與質性研究在行銷決策上的差異；介紹研究假設與變數定義。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☒ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。	
2. 抽樣理論與問卷設計	學習數位環境下的抽樣方法；設計具信效度的問卷以獲取消費者數據。		☐ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。 ☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。	
3. 統計推論與假設檢定	介紹基礎統計概念（T 檢定、ANOVA、相關分析），培養數據解讀邏輯。		☒ 執行行銷設計專案管理並展現跨域協作與團隊合作之能力。	
4. 數位分析工具應用	學習運用統計軟體（如 SPSS、Excel 或 R）進行數位行銷數據整理與自動化分析。		☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能力。	

5. 市場預測與多變量分析	運用迴歸分析、集群分析等進階方法，制定具創新思維的整合性行銷方案。	■ 實踐專業與資訊倫理並展現人文關懷與社會影響力之能力。
6. 數據倫理與視覺化呈現	探討大數據分析中的個人隱私、社會責任與資訊倫理；產出易讀的分析報告。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定量化分析方法文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	使用統計工具（SPSS）進行資料處理與分析	30%
期末專題報告	完成量化研究分析（含研究設計、模型分析與結果解釋）	30%
課程參與	課堂分組討論參與與回饋表現	20%
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】