

## 開南管理學院 91 年度第 2 學期 國際企業 學系科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	中文：行銷研究	耿慶瑞	選修	三年 班	3	3
	英文：Marketing Research	先修課程				
教學目標與內容	<p>本課程著重在於傳授學生有關行銷研究的方法與技巧，較屬於方法論的範疇。學生除了必須具備基本行銷管理之知識外，如何獲得市場與消費者資訊是企業不可或缺的成功要素，因此本課程可幫助學生具備此一基本概念。本課程期望使學生能夠：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 瞭解行銷研究的基本概念；</li> <li>2. 瞭解行銷研究進行的步驟；</li> <li>3. 分析處理複雜問題，以求得解決方法；</li> <li>4. 基於對行銷研究的認識，對於資料、數字的表象能有更清晰的判斷能力。</li> </ol>					
實施方法	講解法 實作法 討論法					
評量方式	期中測驗 30% 。期末報告 50% 。平時成20% 。其他 ( ) 成績□□%。					
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。					
	黃俊英，行銷研究概論，第三版,華泰出版社。23773877					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
課程介紹與行銷研究的重要						
行銷管理複習						
行銷研究的意義與程序						
次級資料蒐集						
訪問法與觀察法						
問卷設計與處理						
實驗設計						
抽樣與樣本大小						
態度衡量						
資料分析工具介紹						
個案討論						
期末報告						
說明：1.授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。2.本表於91.4.23第四次校課程委員會討論通過。						

課程委員會召集人：

主任李文雄

授課教師：耿慶瑞