

開南管理學院 92 年度第 1 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	黃玉凰	選修	年 班	3	3
	英文：Marketing Research	先修課程	Marketing Management ; Statistical Analysis			
教學目標與內容	<p>本課程中，我們將藉由探討「一個尋求問題解答的管理者，如何將行銷問題轉換為行銷研究目標，發展有效的行銷研究設計，進而得到與行銷決策相關的有效資訊」讓同學學習到行銷研究程序各階段的步驟級要點。In this course you will be introduced to all phases of the marketing research process by taking the role of both a manager who seeks answers to questions on the translation of marketing decision problems into marketing research objectives, the development of effective marketing research designs, and turning marketing research designs into effective marketing decision information.</p>					
實施方法	講解法。討論法。問答法。其他（ 學生報告 ）。					
評量方式	期中測驗 30% 。期末測驗 40% 。平時成績30% 。其他（ ）成績□□% 。					
授課使用及參考書籍	<p>(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)。</p> <p>1. William G. Zikmund , Exploring Marketing Research, 8th edition, South-Western, 2003. (智勝文化代理:02-23886368)</p>					
科目簡介(可含入綱及教學進度)· 本課程包含下列五大要綱:	第一部份: 介紹行銷研究及其程序		第二部分:研究設計		第三部份: 介紹行銷研究及其程序	
			第四部份: 討論程序等			
<b>教學進度</b>						
週次 日期 教學主題 備 註						

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。Designer jimmy

課程委員會召集人：



授課教師：黃玉凰

## 開南管理學院 921 行銷研究 課程教學綱要

- ▲ 開課系級：國際企業系 4 年級
- ▲ 授課學年/期：92 年度第 1 學期
- ▲ 科目名稱：行銷研究(Marketing Research)
- ▲ 學分數：三學分
- ▲ 每週授課時間：每週四 13:10~16:00
- ▲ 授課地點：A602
- ▲ 授課教師：黃玉鳳

e-mail：iidavis@mail.knu.edu.tw ; ii8832201@yahoo.com.tw

### 教學目的

The purpose of marketing research is to help support managerial decision-making. As such it is closely tied to the purpose of the decision, which can range from developing exploratory scenarios of business situations to specific choices between alternatives. In this course you will be introduced to all phases of the marketing research process by taking the role of both a manager who seeks answers to questions on the translation of marketing decision problems into marketing research objectives, the development of effective marketing research designs, and turning marketing research designs into effective marketing decision information.

### 先修課程

- Marketing Management
- Statistical Analysis

### 課程綱要

1. Introduction to Marketing Research and Process.
2. Research Design.
3. Data Search, Collection and Questionnaire Design.
4. Complex Sampling Procedure.
5. Data Analysis Univariate, Bivariate, and Multivariate.

### 參考書籍

1. William G. Zikmund (2003), Exploring Marketing Research, 8<sup>th</sup> edition, South-Western. (智勝文化代理:02-23886368)
2. 榮泰生：行銷研究，五南圖書出版公司，1998。
3. 呂長民：行銷研究-研究方法與實例應用，前程企業管理有限公司，2001。

教學進度

週次	日期	教學主題	備註
1	09/11	中秋節(放假一天)	
2	09/18	The Nature and Scope of Marketing Research (1,2)	行銷研究之領域
3	09/25	Marketing Research Process and Problem Definition (3,5)	研究程序與 問題定義
4	10/02	Exploratory Research and Secondary Data (6,7)	探索性研究與 次級資料
5	10/09	Survey Research and Observation (8,9,10)	調查法與觀察法
6	10/16	Experimental Research (11,12)	實證性研究
7	10/23	Measurement and Attitude Measurement (13,14)	衡量方法與 態度衡量
8	10/30	Questionnaire Design (15)	問卷設計
9	11/06	<b>Mid-term</b>	期中考週
10	11/13	Sampling Designs and Sampling Procedures (16,17)	抽樣與抽樣步驟
11	11/20	Fieldwork and Coding (18,19)	實地考察與 資料編碼
12	11/27	Basic Data Analysis (20) SPSS Orientation (A)	資本資料分析 SPSS 教學(A)
13	12/04	Univariate Statistical Analysis (21) SPSS Orientation (B)	單變量統計分析 SPSS 教學(B)
14	12/11	Bivariate Statistical Analysis --- I (22)	雙變量統計分析
15	12/18	Bivariate Statistical Analysis --- II (23)	雙變量統計分析
16	12/25	Multivariate Statistical (24)	多變量統計分析
17	01/01	開國紀念日(放假一天)	
18	01/08	<b>Final Report</b>	期末考週

備註：以上教學計畫視實際情況酌以調整。

 評分方式

- Mid-term proposal: 20%
- Assignments: 25%
- Class participation: 10%
- Final project: 30%
- Team participation: 10%
- Research participation 5%