

美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：市場調查

中華民國 115 年 4 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	市場調查	
	英文	Market Research	
適用學制	二專	必選修	必修
適用部別	進修部	學分數	2
適用系科別	企業管理	學期/學年	下學期
適用年級/班級	一年級/甲班	先修科目或先備能力	無

2. 企業管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

專業職能	就業途徑	職能 (請依各系設定之目標人才，至 UCAN 系統查詢所屬之專業職能後填入)
	市場分析研究	市場分析研究
市場分析研究	市場分析研究	D2-進行各類研究行銷的作業
市場分析研究	市場分析研究	D3-針對行銷研究之結果，進行分析與建議。

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 \ 職能	專業職能 M	專業職能 A
市場調查	D1-依需求與研究之目的，設計量化或質化的行銷研究活動。	D2-進行各類研究行銷的作業

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程旨在培養學生具備以系統化方式進行行銷研究之能力，透

過理論學習與實務操作，使學生能夠：

1. 理解市場調查之基本概念、程序與倫理規範。
2. 能依據企業或組織之需求與研究目的，設計量化與質化的行銷研究活動。
3. 熟悉研究工具的設計與應用，包括問卷設計、深度訪談、焦點團體與觀察法。
4. 能運用適當的資料蒐集與分析方法（統計分析、內容分析等）解讀研究結果。
5. 具備撰寫市場研究報告與提出行銷決策建議的能力。

5. 課程描述

5.1 課程說明

市場調查為行銷決策的重要依據。本課程介紹市場調查的完整流程，從問題定義、研究設計、資料蒐集、分析到報告撰寫，讓學生了解如何以科學方法掌握市場資訊。課程內容涵蓋量化與質化研究方法，並透過案例分析、實地研究與小組專題，訓練學生規劃、執行及分析市場調查的能力，以因應企業及產業的實際需求。

5.2 課程綱要

本課程規劃內容綱要及課程設計養成之職能：

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程導論與行銷研究概述	D1	2
2	行銷研究流程與研究問題定義	D1	2
3	研究設計概論	D1	2
4	次級資料蒐集與分析	D2	2
5	質化研究方法(1):焦點團體訪談	D1、D2	2
6	質化研究方法(2):深度訪談與觀察法	D1、D2	2
7	量化研究方法概述	D1	2
8	抽樣設計與樣本推論	D1、D2	2
9	問卷設計與測量尺度	D1	2
10	期中專案說明與討論	D1、D2	2
11	資料蒐集方式	D2	2
12	資料輸入與編碼	D2	2
13	資料分析(1):描述性統計	D3	2
14	資料分析(2):推論性統計	D3	2
15	資料分析(3):質化資料分析技巧	D3	2
16	研究報告撰寫與簡報技巧	D3	2
17	專題成果發表	D3	2
18	課程總結與反思	D3	2

5.3 教學活動

1. 課堂講授(含影音教學)
2. 實例/個案說明
3. 學生分組討論
4. 期中、期末評量

6. 成績評量方式

(一) 期中評量 30%

(二) 期末評量 30%

(三) 平時成績 40%：包含出席率、課堂參與、分組討論與實作等

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

1. 成績欠佳之學生：凡學習成效不佳、動機不強之學生，除特別關心外並安排於課輔時間了解原因並輔導，同時強化學生對於出席率、討論活動等平時成績的參與及重視。

2. 有特別學習需求之學生：因其他特殊學習需求，學生有個別需要深入了解本科目的學習內容、特殊主題或進階應用者，指導其深入相關領域知識的追求。

3. 學習進度落後，以及期中考和成績低於 60 分的同學，依「美和科技大學學生課業及考照輔導辦法」，配合教師發展中心、成績預警制度進行輔導。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

1. 分組互助教學：建立小組同儕學習制度，將學生予以分組，並於每組中安排成績優異的學生擔任小老師，隨時協助成績欠佳學生跟上學習進度，藉此形成互相觀摩學習的讀書風氣。

2. 課後輔導：由授課教師於課輔時間 (Office Hours)，幫助成績欠佳或有特別學習需求之學生進行課後輔導。

3. 補救教學：授課教師額外指定成績欠佳學生，進行課後作業練習，使其能在不斷的練習中獲得進步。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：由企管系安排不同學科門診時間或由授課教師安排課輔時間或下課時間了解學生學習狀況，提供個別化輔導方案。
- ◆ 輔導老師聯繫方式：
 - (1). 授課教師：
 - (2). 校內分機：
 - (3). 授課教師 email：
 - (4). 教師研究室：