



## 教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	市場分析與行銷策略規劃		學年/學期 Academic Year/Semester	113/1
課程名稱(英文) Course Name in English	Marketing Analysis and Marketing Strategies Planning			
科目代碼 Course Code	BM_66110	系級 Department & Year	碩士	開課單位 Course-Offering Department
修別 Type	選修 Elective	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)	3.0/3.0	
授課教師 Instructor	/廖茲全			
先修課程 Prerequisite				
課程描述 Course Description				
應用行銷管理、結合行銷研究與統計學(多變量統計+計量經濟)到真實世界的課				
課程目標 Course Objectives				
本課程是以科學方法收集和分析市場資訊的一門學科，係教導學生應用行銷研究的工具與技術於市場資訊的蒐集和分析，並有助於進行制訂有效的行銷策略規劃。				
系專業能力 Basic Learning Outcomes				課程目標與系專業能力相關性 Correlation between Course Objectives and Dept.'s Education Objectives
A	具備企業管理理論的核心專業知識Core knowledge of theories related to business management			
B	具備邏輯思考與企業經營管理問題解決的能力Capability of logical thinking and problem solving to business management			●
C	具備領導、溝通協調與團隊運作的能力Capability of leadership, communication, and collaboration			●
D	具備國際觀以及外語溝通的能力Global perspective and capability of communication in foreign languages			
E	具備資訊科技之妥善運用能力，以培育企業經營之運籌帷幄Capability of IT applications for business operations			●
F	具備企業倫理以奠定經營觀念之認知與堅持Having recognition and persistence of business ethics			○
圖示說明Illustration：● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated				
授課進度表 Teaching Schedule & Content				
週次Week	內容 Subject/Topics			備註Remarks
1	行銷研究簡介			
2	如何找研究題目			
3	傳統行銷策略分析工具			
4	統計方法介紹(一)			
5	統計方法介紹(二)			

6	統計方法介紹(三)	
7	問卷設計(一)	
8	問卷設計(二)	
9	期中報告	
10	編碼與分析(一)	
11	編碼與分析(二)	
12	將統計方法應用到行銷策略(一)	
13	將統計方法應用到行銷策略(二)	
14	將統計方法應用到行銷策略(三)	
15	大數據資料特性與分析方法(一)	
16	大數據資料特性與分析方法(二)	
17	期末報告	
18	期末報告	

教學策略 Teaching Strategies

- 課堂講授 Lecture                     
 分組討論 Group Discussion                     
 參觀實習 Field Trip  
 其他 Miscellaneous:

教學創新自評 Teaching Self-Evaluation

創新教學(Innovative Teaching)

- 問題導向學習(PBL)                     
 團體合作學習(TBL)                     
 解決導向學習(SBL)  
 翻轉教室 Flipped Classroom                     
 磨課師 Moocs

社會責任(Social Responsibility)

- 在地實踐 Community Practice                     
 產學合作 Industry-Academia Cooperation

跨域合作(Transdisciplinary Projects)

- 跨界教學 Transdisciplinary Teaching                     
 跨院系教學 Inter-collegiate Teaching

- 業師合授 Courses Co-taught with Industry Practitioners

其它 other:

---

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments

配分項目 Items	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
		測驗 會考	實作 觀察	口頭 發表	專題 研究	創作 展演	卷宗 評量	證照 檢定	其他
平時成績(含出缺席) General Performance (Attendance Record)	20%								
期中考成績 Midterm Exam	30%								
期末考成績 Final Exam	30%								
作業成績 Homework and/or Assignments	20%								
其他 Miscellaneous (_____)									

評量方式補充說明

Grading & Assessments Supplemental instructions

教科書與參考書目(書名、作者、書局、代理商、說明)

Textbook & Other References (Title, Author, Publisher, Agents, Remarks, etc.)

行銷研究-大數據與傳統行銷工具的結合

作者: 林呈昱

出版社: 華泰文化

課程教材網址(含線上教學資訊, 教師個人網址請列位於本校內之網址)

Teaching Aids & Teacher's Website(Including online teaching information.  
Personal website can be listed here.)

其他補充說明 (Supplemental instructions)

參用用書

行銷研究-發展有效行銷策略之基石

作者: 任立中、陳靜怡; 出版社: 前程

多變量分析

作者: 周文賢; 出版社: 智勝