



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		學年/學期 Academic Year/Semester	113/1
課程名稱(英文) Course Name in English	Marketing Analysis and Marketing Strategies			
科目代碼 Course Code	BM_41100	系級 Department & Year	學三	開課單位 Course-Offering Department
修別 Type	學程 Program	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	/*統計學(一)/*行銷管理			

課程描述 Course Description

這是一門應用行銷管理理論、以及結合行銷研究、統計學(多變量)到真實世界的課。學生透過實作的方式，收集資料、分析後，提出行銷策略的決策。

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	具備企業管理理論體系的基礎知識With core knowledge of theories related to business management	●
B	具備邏輯思考、問題分析與問題解決的能力With capabilities of logical thinking, issue analyzing, and problem solving	●
C	具備領導、溝通協調與團隊合作的能力With capabilities of leading, communicating, coordinating, and collaborating in teams	○
D	具備國際視野以及外語溝通的能力With international perspectives and communication capabilities in foreign language	
E	善用資訊科技進行資訊蒐集、資料分析與統整With capabilities of data collecting, data analyzing and summarizing using IT applications	
F	能夠從事企業經營方案和管理制度的設計與評估With capabilities of designing and evaluating business plans and management-related systems	●
G	對於企業倫理及專業倫理有正確的認知與堅持With appropriate perception and persistence towards 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(一)	
10	期中報告(二)	
11	編碼與分析	
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	大數據資料特性(一)	
15	大數據分析方法(二)	
16	大數據分析方法(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 General Performance	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)