

國立台灣科技大學 114學年 第2學期 課程大綱

Spring 2026 NTUST Course Outline

授課教師：林鴻文

Instructor: Hong-Wen Lin

課程名稱：行銷研究

Course Title : Marketing Research

2026/6/22

<p>課程代號： BA4708701 Course Code 學分數： 3 Credits</p>	<p>必選修：選修/半學年 Required/Elective: Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites</p>
<p>節次教室： M2(IB-510-2) M3(IB-510-2) M4(IB-510-2) Time/Location</p>	
<p>專業核心能力： Core Professional Competencies</p>	
<p>課程網址： Course Website</p>	
<p>課程宗旨： Course Objectives 本課程聚焦於行銷領域之消費者層面的質性研究(非量化分析/非大數據課程)。透過質性研究的實作分析，讓同學瞭解行銷研究的另一種研究方法/分析方式與流程。 本課程以"做中學"為基礎，課堂中同學以分組協作、討論、實際訪談的方式，並以新產品研發設計為目標，完成一份行銷研究調查與產品概念發想。</p>	
<p>課程大綱： Outline of Lectures 週次1 2月23日 教師介紹、課程簡介、教材事宜、評分方式、教學主旨、分組說明(每組4人) 週次2 3月2日 Why? 瞭解行銷管理的本質 週次3 3月9日 Who? 重視價值創造與顧客關係 週次4 3月16日 How? 執行行銷研究、消費者行為心理歷程理論模型：方法目的鏈(Means-end Chains) *確定小組名單(4人一組)、組別順序*未來科技產品議題發想與訂定 週次5 3月23日 校慶運動會補假 停課一天 週次6 3月30日 階梯訪談法Laddering Interview *個人作業：訪談練習(當日完成)*小組作業1：每組訪談20人、完成逐字稿並列印紙本(4月20日全部帶來) 週次7 4月6日 民族掃墓節遇例假日補假 放假一天 週次8 4月13日 期中考週 週次9 4月20日 內容分析法Content Analysis 編碼表(1) *小組作業2：語詞分類 週次10 4月27日 內容分析法Content Analysis 編碼表(2) *小組作業2：語詞分類 週次11 5月4日 信度分析 *小組作業3：信度評分、互評 週次12 5月11日 語意分析 *小組作業4：階梯路徑分析 週次13 5月18日 蘊含矩陣Implication Matrix、價值層級圖Hierarchical Value Map *小組作業5：關聯次數分析 *小組作業6：消費者歷程結構 週次14 5月25日 新產品概念發想與具體化呈現 週次15 6月1日 期末研究結果、管理意涵、新產品概念發表(1) (小組報告30~35分鐘) 週次16 6月8日 期末研究結果、管理意涵、新產品概念發表(2) (小組報告30~35分鐘)</p>	
<p>授課方式： Method of Instruction 講授 Lecture：30% 分組討論 Group discussion：20% 案例研討 Case study：10% 操做練習 Practical exercises：40% 講授 Lecture：%</p>	

教科書： 曾光華(2024)。行銷管理：理論解析與實務應用(第九版)，前程文化。
Textbooks

參考書目： * Yin, R. K. (2014). Qualitative research from start to finish. The Guilford Press.
References * Lin, H. W. (2023). Applying means-end chains theory to understanding psychological cognitive structure of online video sharing platforms: A study of user behavior in TikTok. Journal of Consumer Behaviour, 23(3), 1-17.

修課須知：
Notice

評量方式： 個人作業： 5%
Grading 小組作業： 30%
小組期末報告： 35%
出缺勤： 30%

備註說明：
Notes