系所 / 年級：經管系碩士班 1年級
課號 / 班別：83M00009 / B
學分數：3學分
選 / 必修：必修
科目中文名稱：研究方法
科目英文名稱：Research methods
主要授課老師：黃萬傳
開課期間：一學年之學期
人數上限：30人
已選人數：15人
起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間
第1週 / 第18週 / A115 / 星期1第08節
第1週 / 第18週 / A115 / 星期1第06節
第1週 / 第18週 / A115 / 星期1第07節
請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。
Please observe Intellectual Property Rights (IPR), not to make illegal copies.

教學綱要/syllabus

第一部分/Part I(※依課程委員會審議之內容決議填入)

<table>
<thead>
<tr>
<th>基本素養/核心能力</th>
<th>Core Literacy/Core Competencies</th>
<th>相關性</th>
<th>Relevance</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>倫理觀</td>
<td></td>
<td>高度相關</td>
<td>High correlation</td>
</tr>
<tr>
<td>國際觀</td>
<td></td>
<td>中度相關</td>
<td>Medium correlation</td>
</tr>
<tr>
<td>專業能力</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>分析能力</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>沟通能力</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>問題解決能力</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

1. 認知面：[使學生理解、應用、分析、綜合、比較、推論、評估本課程之理論與概念]：
本堂課提供系統化的研究理論知識，讓學生從基本的資料收集一直到使用軟體分析，使學生全方位了解基礎的研究方法，例如二維品質模式、因素分析、群集分析等研究分析方法，讓學生可以獨立完成研究撰寫。

2. 技能面：[使學生能獲得運用與實做本課程理論與概念之技巧]：
提供許多不同的實例與個案讓學生得以從中思考，而穿插各章節間之專欄，則更使學生易於從生活中學習與觸類旁通。

3. 情意面：[能引發學生對本課程之興趣，激發學生學習動機，增加觸類旁通與自主學習]：
本堂課將讓學生在學期中學習如何撰寫完整的文章，與學生日後發表論文的基礎能力培養息息相關，每週將安排不同的作業及討論，讓學生能積極參與學習，預計學期末每位學生均能發表一篇研究文章，藉此培養學生邏輯思考與獨立作業之能力。


四、先修科目：無

第二部分/Part II

一、多元教學方法：

- 由學生自訂學習目標與抱負水準
- 服務學習
- 學生上台報告
- 案例或故事討論
- 論述
- 學生課後書面報告
- 小組討論
- 學生實作
- 參訪
- 腦力激盪
- 角色演練
Chapter 1 Introduction to Marketing Research

Chapter 2 Defining the Marketing Research Problem and Developing an Approach
1. Patrick Butler “Marketing Problem: From Analysis to Decision” Marketing Intelligence and Planning 12(2) (1994): 4-12

Chapter 3. Research Design

Chapter 4 Exploratory Research Design: Secondary Data

Chapter 5 Exploratory Research Design: Qualitative Research

Chapter 6 Descriptive Research Design: Survey and Observation
Chapter 7 Causal Research Design: Experimentation

Chapter 8 Measurement and Scaling: Fundamentals and Comparative Scaling

Chapter 9 Measurement and Scaling: Noncomparative Scaling Techniques

Chapter 10 Questionnaire and Form Design
1. Marco Vriens “Split Questionnaire Designs: A New Tool in Survey Design and Panel Management” Marketing Research 13(2) (Summer 2001); 14-19
4. Tom W. Smith “Asking Sensitive Questions: The Impact of Data Collection Mode, Question
Management and Application, 5(2), (Spring 1993); 38-42


1. Ide Kearney "Measuring Consumer Brand Confusion to Comply with Legal Guidelines" Chapter 14 Data Preparation


Chapter 14 Data Preparation

1. Ide Kearney "Measuring Consumer Brand Confusion to Comply with Legal Guidelines" International Journal of Marketing Research, 43(1), (First quarter 2001): 85-91

3. Marco Vriens and Eric Melton “Managing Missing Data” Marketing Research, 14(3), (2002); 12-17
4. Naresh K. Malhotra “Analyzing Marketing Research Data with Incomplete Information on Dependent Variable” Journal of Marketing Research 24, (February 1987); 74-84
5. John Dawes “Do Data Characteristics Change According to the Number of Scale Points Used?” International Journal of Marketing Research 50(1), (2008); 61-77
6. Humphrey Taylor “The Very Different Methods Used to Conduct Telephone Surveys of the Public” Journal of Marketing Research Society, 39(3) (July 1997); 421-432
7. Wayne S. DeSarbo “The Joint Spatial Representation of Multiple Variable Batteries collected in Marketing research” Journal of Marketing Research, 38(2) (May 2001); 244-253

2011/9/19 Introduction.
2011/9/26 Unit One Introduction and Early Phases of Research Method. Lecture 2 hrs paper report 1 hr(2 papers).
2011/10/10 Unit Three Research Design
2011/10/17 Unit Four Exploratory Research Design: Secondary Data
2011/10/24 Unit Five Exploratory Research Design: Qualitative Research
2011/10/31 Unit Six Descriptive Research Design: Survey and Observation
2011/11/7 Mid-term exam (期中考)
2011/11/14 Unit Seven Experimentation and Qualitative Research
2011/11/21 Unit Eight Observation Studies
2011/11/28 Unit Nine Measurement and Scaling: Fundamentals and Comparative Scaling
2011/12/5 Unit Ten Questionnaires and Data Collection Forms
2011/12/12 Unit Eleven Surveys
2011/12/19 UNIT Twelve FIELD PROCEDURES FOR COLLECTING THE DATA
2011/12/26 UNIT Thirteen Report Preparation and Presentation
2012/1/2 (期末報告)
2012/1/9 Final exam (期末報告)

<table>
<thead>
<tr>
<th>評量方式</th>
<th>分數</th>
<th>評量方式</th>
<th>分數</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>實作測驗</td>
<td>0</td>
<td>期中筆試</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>隨堂筆試測驗</td>
<td>10</td>
<td>期末筆試</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>小組作業</td>
<td>0</td>
<td>期中報告</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>服務日誌</td>
<td>0</td>
<td>期末報告</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>口試</td>
<td>10</td>
<td>專題報告</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>個人上台報告</td>
<td>10</td>
<td>實作作品與反思</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>小組上台報告</td>
<td>0</td>
<td>前後測進步與成長</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>出席狀況</td>
<td>10</td>
<td>課堂參與與表現</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>心得與反思報告</td>
<td>10</td>
<td>其他</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

五、講義位址(http://)

課程查系統 Viewable With Any Browser & 1024 x 768 Resolution
亞洲大學 41354 台中縣霧峰鄉柳豐路500號 TEL: 886 + (0)4 + 2332-3456 FAX: 886 + (0)4 + 2331-6699 © Asia University, Taiwan