

管院學士班課程大綱

BA/BBA Program Syllabus

系所 Department	企管管理學系 Business Administration	必選修 compulsory/elective	選修 Elective			
課程名稱 Course title	數位經濟下的消費者洞察 Consumer insights in digital economy	學分數 Credit(s)	3			
學年/學期 academic year/Semester	113-1 學期 Fall semester 2024	上課地點 Classroom	管院 455			
講授教師 Instructor	游蓓怡老師 楊文芬老師	上課時間 Time	Wednesday, 1:10 PM~4:00			
教師辦公室&諮詢 時間 Instructor office number & office hour	管院 440 /管院 435 Office Hour: Wed 4pm- 5pm or by appointment	教師聯絡資訊 Instructor Contact	Phone: 34323/ 34301 Email: annieyu@ccu.edu.tw ireneyang@ccu.edu.tw			
助教 Teaching assistant	勞工四 黃欣怡 勞工四 羅予彤	助教聯絡資訊 TA contact	xinyi0309@alum.ccu.edu.tw yutung0225@gmail.com			
先修課程 Pre-requisite courses	管理學，行銷管理（曾經修習且及格）					
課程目標 Course Objective	<p>「數位經濟下的消費者洞察」為企管系與Uniqlo及GU合作之產學課程，旨在介紹如何應用行銷研究的流程、工具、及統計的分析方法，來挖掘、了解及分析在數位經濟下之消費者需求、以發展合適的行銷方案，並藉由執行企業出題專案的過程，讓學生們能夠理解並實際演練操作消費者資料相關之統計及行為觀察工具。本課程希望學生在修習課程後能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 了解行銷研究的目的與重點 了解在數位環境的挑戰下，如何利用合適的工具來了解消費者動機、態度及行為 熟悉質化及量化研究方法，包括訪談法，焦點群體訪談及問卷調查法 學生將有能力設計並執行企業出題之市場研究專案 					
AACSB 學習品質保證學習目標 Assurance of Learning (AOL) Learning goals						
*請先選填為主要或次要學習目標(Major or minor learning goal)，再選擇對應之學習目標						
主要學習目標 Major learning goal 目標 3：問題解決能力 LG3:Problem Solving Skills	主要學習目標 Major learning goal 目標 2：創新思考 LG2:Creative Thinking	次要學習目標 Minor learning goal 目標 1：成本效益分析 LG1:Cost-Benefit Analysis				
網址 Course website	https://classroom.google.com/c/NzA1NDY5Njlk0NjE0?cjc=oy7lknk 【oy7lknk】					
參考資料 Textbooks/Reference	<ul style="list-style-type: none"> 布倫特·戴克斯 Brent Dykes (2022) 資料故事時代：大數據時代的未來將由資料「說書人」定義。大牌出版/遠足文化事業 					

	<ul style="list-style-type: none"> ● Chip Heath, Karla Starr (2022) 用數字說出好故事：史丹佛教授的 18 堂資訊科學課，學會一流人才的數據溝通力。商業週刊 ● Think with Google https://www.thinkwithgoogle.com/intl/zh-tw/consumer-insights/ ● i-Buzz 網路口碑研究中心 https://www.i-buzz.com.tw/article/industry/ 				
評量方式(請填百分比) Assessment	課堂參與 Participation	10 %	Bonus 加分		
	CCUBA x UNIQLO x GU 消費者洞察專案				
	企業參訪學習單	15 %			
	期中進度 Oral Presentation	20 %			
	企業實務專題講座個人心得	10 %			
其他說明 Other description	專案期末成果				
	45 %				
<p>■ 課程進行方式：課程進行主要分為兩部分：</p> <ul style="list-style-type: none"> 授課日：老師會根據當天的主題及指定閱讀資料進行課程講授及討論。若同學在課程中有任何疑問，歡迎直接提出一同討論。若有指定閱讀教材，則需在上課前完成閱讀。如果同學們對課程要求或授課內容有任何問題，請多利用老師的 Office Hour 發問。 企業專案實作：這部分將包含全日企業參訪(店舖觀察)、企業實務深度講座、期中進度報告與期末成果發表。企業端將有業師全程輔導同學們進行解題，每兩週會有一次問題與意見交換時間，同學們需先準備好專案問題及預想的可能答案，以期能達到最佳討論成效。 <p>■ 課程分享 Bonus 加分：(資料蒐集，創新思考，邏輯分析，文字溝通)</p> <ul style="list-style-type: none"> 執行方式：第 4 週課程開始到第 16 週為止，不包含期中考週，<u>每次課程結束後到隔週上課前一天晚上 12:00 之前</u>，同學們可以根據當週老師上課的內容，在自己的 IG/FB 上分享約 300 字有關以下兩個方向的資訊 (po 文請設定為「公開發文」)： <ul style="list-style-type: none"> ✓ 自己對當週課程內容的課程延伸學習心得筆記或當週進行專案過程的心得 ✓ 尋找現實生活中和這個主題相關的事件或案例，連結當週課程內容分享自己的反思 Po 文需加上以下四個 hashtags: ccuba, 中正企管, 消費者洞察, CCUBA xUNIQLOxGU。 加分方式：分享後，請將分享完整頁面截圖 (需含日期)，在上課前上傳到 GOOGLE CLASSROOM 的 Bonus 加分區，助教會在隔週 weekend 前確認同學們是否按照規範完成此部分的作業，只要符合課程要求即可加學期總成績 0.5 分，整學期最多共可加總成績 4 分。 					

CCUBA x UNIQLO x GU 消費者洞察專案：

- 企業參訪學習單：參訪日當天早上會先至台北 UQGU 雙店鋪旗艦店參與開店前會議並與店長座談，下午則會至另一間雙店鋪旗艦店執行秘密客任務，同學需根據學習單上之項目進行實地觀察並在兩週內完成學習單作業上傳至 google classroom 作業區。如參訪當天無法出席之同學，請至全省任何一間雙店鋪旗艦店進行觀察並於參訪結束兩週內完成學習單內容。
- 企業實務專題講座個人心得：UNIQLO 與 GU 將於十一月舉辦『Fast Retailing 如何打造全通路營運 及 店鋪經營管理』之企業實務講座，同學需參與講座並完成一頁 A4 之個人心得單，於講座結束隔週上課前上傳至 google classroom 作業區。
- Team Project 實作：團隊要根據企業所給定之消費者現象進行消費者訪談、問卷編撰資料蒐集與分析，期末需繳交書面作業並上台報告
 - 期中進度報告：課程進行至第八週須與企業業師進行專案線上期中進度報告，每一組需準備 5 頁投影片報告企劃內容並於當週的週一晚上 12:00 前上傳至 google classroom
 - 期末專案成果報告：
 - ✓ 書面報告須打字，內文字體以 12pt 為限，單行間距，頁數不拘，需於 12/20 晚上 12 點前，將報告的書面 PDF 檔案上傳至 google classroom 的書面報告繳交區（未於期限前繳交的小組，期末報告以零分計算），請注意這就是期末報告最終版本。
 - ✓ 口頭報告採「報告、企業評審提問與回答」的方式進行。報告同學先做 20 分鐘的口頭報告，之後由企業端評審進行 15 分鐘的提問與同學回答。報告組的同學口頭報告前一天 12/24 晚上 12 點前，請報告組的同學上傳 PPT 檔案至 google classroom 的口頭報告繳交區，內容需與 12/20 繳交之檔案一致，評審及老師會依書面報告和簡報的表現給予評分與回饋。
 - ✓ 評分依據：成果評分包含團隊書面報告(22%)、口頭報告(15%)以及小組成員表現互評(10%)，小組成員需於 12/31 晚上 12 點前完成線上小組成果互評表評分。
 - ✓ 請注意，本門課所有報告非自行撰寫之內容均需註明出處，並將來源依格式規定彙整於 Appendix 的「參考文獻」處。**若報告內容有任何抄襲及引用不當之情節，該項作業的總成績皆以零分計算。**

課程規劃表 Course Schedule

週次 week	日期 Date	內容 Description	指定閱讀 Assigned Readings	其他說明 Remark
1.	9/11	課程簡介		
2.	9/18	洞察數位經濟對消費者帶來的影響？—洞察消費者的行銷研究方法概論	指定閱讀 1 & 2	UQGU 專案 Kick-off
3.	9/25	數位時代下的消費者行為	指定閱讀 3 & 4	發言加分機制討論
4.	10/2	消費者資料蒐集(I)：問卷編撰（一）	指定閱讀 5 (加內文影片)	
5.	10/9	消費者資料蒐集(I)：問卷編撰（二）	指定閱讀 6 & 7	與業師有約
6.	10/16	<u>Workshop 1.</u> Using JASP to conduct statistical analysis and business Analytics		
7.	10/23		10/24 全日企業參訪（公假）	
8.	10/30	◆ 期中進度報告與回饋 via Webex		
9.	11/6	消費者資料蒐集(II)：訪談法	教師自編講義	與業師有約
10.	11/13	◆ UQGU 專題講座：透過服裝改變世界十店鋪經營學與時尚講座 (19:00, 供餐)		
11.	11/20	消費者資料蒐集(III)：Focus Group	教師自編講義	與業師有約
12.	11/27	<u>Workshop 2.</u> How to successfully conduct a focus group- practice		
13.	12/4	質化資料處理與分析：Coding & Text Analysis	教師自編講義	與業師有約
14.	12/11	運用大數據與 AI 技術看消費者行為	指定閱讀 8 & 9 & 10	
15.	12/18	停課一次：Preparing for final presentation		12/20 繳交書面報告
16.	12/25	◆ UQGU 專案期末成果：Oral Presentation		12/24 繳交 ppt 檔案
17.	1/1	開國紀念日，放假一天		
18.	1/8	自主學習週：完成 UCAN 後測與學習評估問卷，補企業參訪日		

■ 指定閱讀文章：

1. Korst & Whitler (2020). Why the best tech firms keep customers front-of-mind. HBR.
<https://hbr.org/2020/01/why-the-best-developers-keep-customers-front-of-mind>
2. 獨家顧客數據，讓你贏得競爭優勢 (2023). 哈佛商業評論中文版。
<https://www.hbrtaiwan.com/article/21786/how-to-gain-a-competitive-advantage-on-customer-insights>
3. Elizabeth Wang (2024). 瞭解消費者心態，讓節慶與購物旺季的互動發揮最大效果。Think with Google. <https://reurl.cc/oyRj9M>
4. 數位化浪潮下如何挑選筆記工具：手寫龍頭品牌 Goodnotes 定價引爭議；老牌打字筆記工具 Evernote 原地踏步。<https://www.i-buzz.com.tw/article/article?atype=industry&id=509>
5. Market Research Academy (2023). Questionnaire Designing: Crafting an Effective Consumer Survey for Actionable Insights. <https://www.linkedin.com/pulse/questionnaire-designing-crafting-effective-consumer-tsbmf> (請記得把文章中的影片看完喔)
6. Lulu Liu (2024). 【消費者洞察】2024 百貨檔期專櫃品牌消費習慣調查。
https://cmri.itrue.com.tw/2024/07/26/2024_mothersday_purchase/
7. 善用分眾、自動化投放，毛孩市集殺出電商紅海。Think with Google. <https://reurl.cc/eyzrOQ>
8. 消費者需求萬變，市場調查如何應變 — i-Buzz 特定需求和行為族群調查。<https://www.i-buzz.com.tw/article/article?atype=industry&id=479>
9. 電子閱讀器市場競爭激烈！樂天 Kobo 綜合表現出色，Amazon Kindle 受各種因素影響，讀墨跨界合作新套路。<https://www.i-buzz.com.tw/article/article?atype=industry&id=507>
10. Elizabeth Wang (2024). 在各個漏斗階段運用 AI 技術，吸引並轉換顧客。Think with Google.
<https://reurl.cc/adqODX>