

出國報告（出國類別：其他：至越南商業大學上課）

越南商業大學上課

服務機關：國立雲林科技大學企管系

姓名職稱：鄭啟均 副教授

派赴國家：越南

報告日期：105年3月25日

出國時間：105年3月18日至3月21日

摘 要

為開拓國立雲林科技大學企管系國際化，赴越南商業大學(Vietnam University of Commerce)教授兩校合辦的企管在職碩士學位班(Vietnam Master of Business Administration in Marketing Program)之行銷研究課程(Marketing Research)。學生共 24 位，課程共 27 小時，含兩個整天(07:30-21:30)暨一個晚上(19:00-22:00)。

目 次

一、目的	1
二、過程	1
三、心得	2
四、建議事項	2
五、附錄	2

一、目的

此次遠赴越南商業大學(Vietnam University of Commerce)上課目的為實踐本校國際化目標，並持續推動與拓展企管系與國際學校的雙邊交流。此課程(program)為兩校合辦的企管在職碩士學位班(Vietnam Master of Business Administration in Marketing Program)，上課課程名稱為行銷研究(Marketing Research)，學生共 24 位，課程共 27 小時，含兩個整天(07:30-21:30)暨一個晚上(19:00-22:00)。

二、過程

3 月 18 日 凌晨(02:00)斗六出發至桃園國際機場，上午(08:35)搭乘中華航空班機至越南河內國際機場(12:00)，由越南商業大學安排自行付費車輛至旅館進住(13:00)。晚上 18:30 由旅館出發至越南商業大學(見附圖 1)，19:00 開始上課(課程大綱與上課投影片摘要見附錄)至 22:00。

3 月 19 日 早上 07:30 抵越南商業大學開始上課至 12:00，下午 13:00 開始上至 18:00，晚上 18:30 上課至 21:30。

上課主題為 **How to sell Vietnam milk to Taiwan market?** 並由此區分為 4 小組，各小組討論與報告不同的次主題(如下)，經由各組討論分析後，並於晚上課程作期中報告(見圖 4)。

Group 1: How to analyze major competitors of milk in Taiwan market?

Group 2: How to analyze consumer behavior toward milk in Taiwan market?

Group 3: How to promote Vietnam milk in Taiwan market?

Group 4: How to develop channels for Vietnam milk in Taiwan market?

3 月 20 日 早上 07:30 抵越南商業大學開始上課至 12:00，下午 13:00 開始上至 18:00，晚上 18:30 上課至 21:30。

延續上課主題外(How to sell Vietnam milk to Taiwan market?)，並演練各項行銷研究工具，包含深度訪談(in-depth interview)以及焦點群體(focus group)。最後，再由各小組討論與分析後於晚上課程作期末報告(學生期末報告投影片摘要見附錄)

3 月 21 日 上午(08:30)由旅館出發至河內國際機場搭中華航空班機(11:35)返回桃園

國際機場(16:00)，再由桃園搭車回至斗六(21:30)。

三、心得

- 1、越南商業大學修課學生雖有語言障礙與程度不一，但工作經驗、學習態度以及學習熱誠非常高，課堂參與非常踴躍與熱情，非常值得肯定。
- 2、兩個整天(07:30-21:30)暨一個晚上(19:00-22:00)於 27 小時內完成課程，不僅是對授課教師是一項的堅困挑戰，對上課學生在體力與上課專注度上更是無比堅難的挑戰。尤其對這些已工作並有家庭修課的學生應給與更大空間、肯定與鼓勵。

四、建議事項

越南商業大學(Vietnam University of Commerce)是越南重點綜合性大學，由此國立雲林科技大學企管系與該校合作合辦學位，不僅能建立穩固雙邊關係，可做為開拓與越南其他學校合作的基礎與跳板，若能請越南上課學生到雲林科技大學作短期上課交流與參訪，相信能增加學生對雲林科技大學向心力，也是無形中最好的宣傳方式之一。

五、附錄

課程大綱

Marketing Research (BA6065)

Lecturer: Dr. Colin Cheng

E-mail: ccheng@yuntech.edu.tw

Course Description

The course focuses on marketing research. The course has an interdisciplinary orientation, drawing on and applying concepts and methods learned in previous courses in the graduate program. Throughout the course, attention will be given to forces that are changing many businesses, especially the greater use of marketing research.

Learning Objectives

- Students will be introduced to and have the opportunity to work with analytic tools and strategies that address marketing research challenges.
- To develop an understanding of the “state of the art” of marketing research thinking.
- To have a marketing research -oriented mind-set.

Required Text

- Essentials of Marketing Research, 3th edition, Hair et al. 2013, McGraw Hill.

Assessment

Assessment	Weight
Discussion questions	50%
Presentation	30%
Participation	20%
Total	100%

Presentation and discussion

- Presentation 30 minutes
- 20 minutes for discussion questions

Course Outline

Part 1: The Role and Value of Marketing Research Information

Chapter 1—Marketing Research for Managerial Decision Making

Chapter 2—The Marketing Research Process and Proposals

Part 2: Designing the Marketing Research Project

Chapter 3—Secondary Data, Literature Reviews and Hypotheses

Chapter 4—Exploratory Research Designs and Data Collection Approaches

Chapter 5—Descriptive and Casual Research Designs

Part 3: Gathering and Collecting Accurate Data

Chapter 6—Sampling: Theory and Methods

Chapter 7—Measurement and Scaling

Chapter 8—Designing the Questionnaire

Part 4: Data Preparation, Analysis and Reporting the Results

Chapter 9—Qualitative Data Analysis

Chapter 10—Preparing Data for Quantitative Analysis

Chapter 11—Basic Data Analysis for Quantitative Research

Chapter 12—Examining Relationships in Quantitative Research

Chapter 13—Reporting and Presenting Results

上課與學生期末報告投影片摘要

Final report
Research question
How to do promotion of Vinamilk (VNM) in Taiwan market?

Group 1:

- Dang Manh Cuong 010422011
- Kim Ngoc Luong 010422015
- Le Van Hoan 010422022
- Le Duc Hoc 010422019
- Tran Thi Hai Yen 010422013

FINAL REPORT

How to analyze consumer behavior of Vinamilk in Taiwan market?

Group 2:

- Ms Nguyen Thu Trang 010422017**
- Mr Nguyen Van Chien 010422005**
- Mr Nguyen Hong Quan 010422010**
- Mr Nguyen Hoc Quang 010422002**

Final Report
How to analyze the competitors of Vinamilk in Taiwan

Group 3:

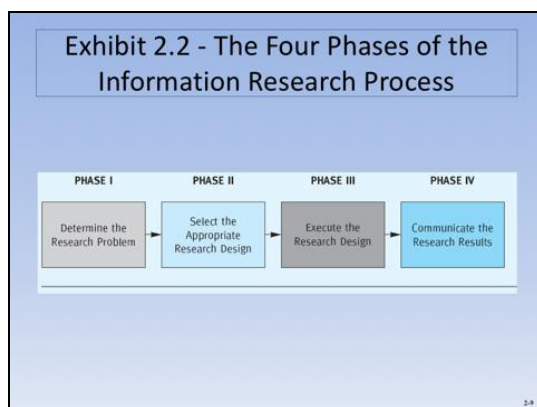
- Nguyen Thai Thanh 01
- Vy Manh Thuy 14
- Le Van Thanh
- Le Duc Hieu
- Dao Van Duc 21

FINAL REPORT

How to developed channels of Vinamilk in Taiwan market?

3/20 Group 4

1. Ngo Nguyen Nam Thang (08)
2. Than Ngoc Khue (09)
3. Dang Quang Hieu (20)
4. Le Van Huong (18)



Interview questions

- Protocol
 - standard procedure, processes, questions
 - Save time and cost
 - Easier to analyze same/similar information



上課情況



越南商業大學



課程期中報告



深度訪談(in-depth interview)



焦點群體(focus group)



課程期末報告

全文完