

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	莊孟翰 Chuang Ming-han
	MARKETING		
開課系級	產經四 B	開課 資料	必修 上學期 2學分
	TBEXB4B		
系 所 教 育 目 標			
培育具學術深造潛力及實務發展能力的人才。			
系 所 核 心 能 力			
A. 能具備產業經濟學相關領域之專業知識。 B. 能掌握產業經濟趨勢，利用課程理論針對時事進行分析。 C. 能具備跨領域之多元專業知識與終身學習的能力。 D. 能培養具追求進步與創新的能力。 E. 能提升英語閱讀能力。 F. 能培育具學術深造的潛力。 G. 能建立基本公民與社會之人文素養及認知能力。 H. 能將經濟理論與實務結合，以提升就業之競爭力。			
課程簡介	1.行銷環境分析 2.從產品、服務與品牌建立顧客價值 3.新產品發展與產品生命週期策略 4.整合行銷策略 5.全球性市場分析		
	1.Analyzing the marketing environment 2.Product, services, and brands building customer value 3.New-Product development and Product Life-Cycle strategies 4.Communicating customer value: integrated marketing communications strategy 5. Analyzing the global marketplace		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系所核心能力
1	1.瞭解行銷環境變化與影響因素	1.Understand the changing marketing environment and influence factors.	A6	ABCDH
2	2.瞭解整合行銷策略之重要性	2.Understand the importance of integrated marketing strategy.	A6	ABCDH
3	3.理論與實務兼顧	3.Integrated both the theory and practice	P4	ABCDH
4	4.闡述創意行銷之重要性	4.Described the importance of creating marketing.	A5	ABCDH
5	5.創造競爭優勢	5. Creating competitive advantage.	A6	ABCDH

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1.瞭解行銷環境變化與影響因素	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考
2	2.瞭解整合行銷策略之重要性	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考
3	3.理論與實務兼顧	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
4	4.闡述創意行銷之重要性	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考
5	5.創造競爭優勢	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◇ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◇ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◇ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◇ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備 註
1	100/09/05~ 100/09/11	行銷觀念導引與成功案例解析	
2	100/09/12~ 100/09/18	第一章 Marketing in a Changing World	
3	100/09/19~ 100/09/25	第二章 Strategic Planning and the Marketing Process	
4	100/09/26~ 100/10/02	第三章 The Global Marketing Environment	
5	100/10/03~ 100/10/09	第四章 Marketing Research and Information Systems	
6	100/10/10~ 100/10/16	第五章 Consumer Markets and Consumer Buyer Behavior	
7	100/10/17~ 100/10/23	熱銷商品行銷案例解析	
8	100/10/24~ 100/10/30	品牌價值與產品行銷之研究	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	綜合討論	
11	100/11/14~ 100/11/20	第六章 Business Markets and Business Buyer Behavior	
12	100/11/21~ 100/11/27	第七章 Market Segmentation Targeting, and Positioning Competitive Advantage	

13	100/11/28~ 100/12/04	第八章Product and Services Strategy	
14	100/12/05~ 100/12/11	第九章New-product Development and product Life-Cycle Strategies	
15	100/12/12~ 100/12/18	第十章Pricing Products	
16	100/12/19~ 100/12/25	熱銷商品行銷案例解析	
17	100/12/26~ 101/01/01	綜合討論	
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項		1.應準備書籍教材 2.勤做筆記 3.隨時注意課堂上之雙向溝通 4.隨時注意行銷新聞與政府政策動向 向	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Principles of Marketing	
參考書籍		1.Marketing - Berkowitz 2.廣告與促銷-吳真偉	
批改作業 篇數		2 篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）	
學期成績 計算方式		◆平時考成績：15.0 % ◆期中考成績：30.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 15.0 % ◆其他〈書籍與教材〉：10.0 %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。	