

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	曾忠蕙 Tseng, Chung-hui
	MARKETING		
開課系級	國企系二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TBTXB2A		
系所教育目標			
<p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p>			
課程簡介	行銷管理課程中將介紹行銷組合，包括產品、價格、通路及推廣，並且透過個案影片的觀賞，更生活化地瞭解行銷的真義。		
	The course will introduce marketing mix, including product, price, place and promotion. Through reading the textbook and seeing several videos, students will learn how to do marketing management.		

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	瞭解行銷的意義與行銷策略內涵	Learn the definition of marketing and the content of marketing strategy	C3	ABCD
2	瞭解與學習如何進行行銷研究	Learn how to conduct a marketing research	C3	ABCD
3	瞭解組織購買行為與消費者購買行為的不同	Understand the differences between business and consumer purchase behavior	C4	ABCD
4	學習行銷的市場定位策略步驟	Learn STP process in marketing	C4	ABCD
5	學習行銷組合中的產品策略	Learn product strategy in marketing mix	C4	ABCD
6	學習行銷組合中的價格策略	Learn price strategy in marketing mix	C4	ABCD
7	習行銷組合中的通路策略	Learn channel strategy in marketing mix	C4	ABCD
8	學習行銷組合中的推廣策略	Learn promotion strategy in marketing mix	C4	ABCD

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	瞭解行銷的意義與行銷策略內涵	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考
2	瞭解與學習如何進行行銷研究	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考
3	瞭解組織購買行為與消費者購買行為的不同	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考
4	學習行銷的市場定位策略步驟	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考

5	學習行銷組合中的產品策略	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考
6	學習行銷組合中的價格策略	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考
7	習行銷組合中的通路策略	課堂講授、分組討論、影片觀賞	出席率、報告、討論、期中考、期末考
8	學習行銷組合中的推廣策略	課堂講授、分組討論、影片觀賞	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	Course Introduction/Lecture: Ch1 Marketing's Value to Consumers, Firms, and Society/Video Tape (vol.1)	
2	100/09/12~ 100/09/18	Video Tape (vol.2) and Assignment 1 / Lecture: Ch2 Marketing Strategy Planning Ch3 Evaluating Opportunities / Due: Hand-in Name List of Your Group	
3	100/09/19~ 100/09/25	Video Tape (vol.3) and Hand-in Personal Assignment 1 / Group 1 Presentation : Ch4 Focusing Marketing Strategy with Segmentation and Positioning	
4	100/09/26~ 100/10/02	Video Tape (vol.4) and Assignment 2 / Group 2 Presentation : Ch6 Final Consumers and Their Buying Behavior	
5	100/10/03~ 100/10/09	Video Tape (vol.5) and Hand-in Assignment 2 / Group 3 Presentation : Ch7 Business and Organizational Customers and Their Buying Behavior	

6	100/10/10~ 100/10/16	Video Tape (vol.6) and Assignment 3 / Group 4 Presentation : Ch9 Elements of Product Planning for Goods and Services	
7	100/10/17~ 100/10/23	Video Tape (vol.7) Hand-in Assignment 3 / Group 5 Presentation : Ch10 Product Management and New-Product Develop	
8	100/10/24~ 100/10/30	Video Tape (vol.8) / Group 6 Presentation : Ch11 Place and Development of Channel Systems	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	Video Tape (vol.9) and Assignment 4 / Lecture: Ch8 Improving Decisions with Marketing Information	
11	100/11/14~ 100/11/20	Video Tape (vol.10) and Hand-in Personal Assignment 4 / Group 7 Presentation: Ch12 Distribution Customer Service and Logistics	
12	100/11/21~ 100/11/27	Video Tape (vol.11) and Assignment 5 / Group 8 Presentation: Ch13 Retailers, Wholesalers, and Their Strategy Planning	
13	100/11/28~ 100/12/04	Video Tape (vol.12) and Hand-in Personal Assignment 5 / Group 9 Presentation: Ch14 Promotion to Integrated Marketing Communications	
14	100/12/05~ 100/12/11	Video Tape (vol.13) and Assignment 6 / Group 10 Presentation: Ch15 Personal Selling and Customer Service	
15	100/12/12~ 100/12/18	Video Tape (vol.14) and Hand-in Personal Assignment 6 / Group 11 Presentation: Ch16 Advertising and Sales Promotion	
16	100/12/19~ 100/12/25	Video Tape (vol.15) and Assignment 7 / Group 12 Presentation: Ch17 Pricing Objectives and Policies	
17	100/12/26~ 101/01/01	Video Tape (vol.16) and Hand-in Personal Assignment 7 / Ch18 Price Setting in the Business World	
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機、其它(DVD player)	
教材課本		Perreault, Cannon, and McCarthy, "Basic Marketing", 17th Edition (International Student Edition), McGraw-Hill Companies, Inc. (華泰書局代理)	
參考書籍			

批改作業 篇數	7 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：        %    ◆期中考成績：30.0 %    ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈group presentation〉：20.0 %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>