

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	曾忠蕙 Tseng, Chung-hui
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	國企系二A	開課 資料	選修 單學期 2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	C2	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	學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	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	學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	
2	100/09/12~ 100/09/18	Lecture: Topic 1, Marketing: Creating and Capturing Customer Value / Video: vol.1	
3	100/09/19~ 100/09/25	Lecture: Topic 2, Company and marketing Strategy: Build Customer Relationship / Video: vol.2 + Assignment 1	
4	100/09/26~ 100/10/02	Lecture: Topic 3, Understanding Consumer and Business Buyer Behavior / Video: vol.3 + Hand-in Assignment 1	
5	100/10/03~ 100/10/09	Group 1 presentation: Ch2 Google: An Entrepreneurial Juggernaut / Video: vol.4 + Assignment 2	
6	100/10/10~ 100/10/16	Group 2 presentation: Ch3 Starabucks: A Paragon of Growth and Employee Benefit / Video: vol.5 + Hand-in Assignment 2	

7	100/10/17~ 100/10/23	Group 3 presentation: Ch5 Cola Wars: Coca-Cola vs. Pepsi / Video: vol.6 + Assignment 3	
8	100/10/24~ 100/10/30	Group 4 presentation: Ch6 PC Wars: Hewlett-Packard vs. Dell / Video: vol.7 + Hand-in Assignment 3	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	Lecture: Topic 4.Products, Services, and Brands: Building Customer Value Topic 5.Pricing: Understanding and Capturing Customer Value / Video: vol.9 + Hand-in Assignment 4	
11	100/11/14~ 100/11/20	Group 5 presentation: Ch7 Airliner Wars: Boeing vs. Airbus; and Recent / Video: Prentice III, vol.8 + Assignment 4	
12	100/11/21~ 100/11/27	Group 6 presentation: Ch8 McDonald's: Rebirth Through Moderation / Video: vol.10 + Assignment 5	
13	100/11/28~ 100/12/04	Group 7 presentation: Ch9 Harley-Davidson: Creating An Enduring Mystique / Video: vol.11 + Hand-in Assignment 5	
14	100/12/05~ 100/12/11	Group 8 presentation: Ch13 DaimlerChrysler: A Merger Made in Hades / Video: vol.12 + Assignment 6	
15	100/12/12~ 100/12/18	Group 9 presentation: Ch15 Euro Disney: Bungling a Successful format / Video:vol.13 + Hand-in Assignment	
16	100/12/19~ 100/12/25	Group 10 presentation: Ch19 Nike: A Powerhouse Brand / Video: vol.14 + Assignment 7	
17	100/12/26~ 101/01/01	Lecture: Topic 6. Marketing Channels: Delivering Customer Value Topic 7.Communicating Customer Value: Advertising and Public Relations / Video: vol.15 + Hand-in Assignment 7	
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		Hartley, Robert F., Marketing Mistakes and Successes, 11th Ed. (2009), US: John Wiley and Sons. (于卓民審訂, 「行銷個案分析」, 三版(2010), 台北:智勝文化出版)	
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	<p>「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。</p> <p>※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。</p>
----	---