

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	張雍昇 Chang, Yong-sheng
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TMBXE2A		
系所教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>行銷管理是一門建立與管理顧客關係的科學與藝術。除了探討顧客關係架構外，該門課程亦將介紹品牌權益、整合式行銷與國際行銷等相關概念。課堂中也會提供知名廠商案例，希望能讓學生對行銷實務有更深入的了解。</p>		
	<p>This course will provide an overview of the broad field of marketing management. We will strive to develop both a detailed theoretical understanding of marketing management and an appreciation of methodological perspectives that are foundational to this field. Students will present the case reports in class. Students will also be asked to learn a statistic tool (e.g., SPSS) to analyze the perceptions of consumer from the empirical survey.</p>		

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	本課程將兼顧理論與實務，旨在幫助學生以更有系統，且兼具效果與效率的學習方式，來理解行銷管理基本概念與重要理論。除了課堂上所探討有關行銷管理的個案外，希望藉由實地調查更可將課本所學與實務上的應用相互印證。	We will help you to realize a detailed combination of the theoretical and practical perspectives in consumer behavior research.	C4	ABCDE

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	本課程將兼顧理論與實務，旨在幫助學生以更有系統，且兼具效果與效率的學習方式，來理解行銷管理基本概念與重要理論。除了課堂上所探討有關行銷管理的個案外，希望藉由實地調查更可將課本所學與實務上的應用相互印證。	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	課程簡介	
2	100/09/12~ 100/09/18	行銷導論：創造與掌握顧客價值	
3	100/09/19~ 100/09/25	公司與行銷策略：夥伴合作以建立顧客關係	
4	100/09/26~ 100/10/02	分析行銷環境	
5	100/10/03~ 100/10/09	管理行銷資訊系統以獲得顧客洞察力	
6	100/10/10~ 100/10/16	消費者市場與消費者購買行為	
7	100/10/17~ 100/10/23	顧客導向行銷策略：為目標顧客創造價值	
8	100/10/24~ 100/10/30	產品、服務與品牌：建立顧客價值	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	新產品發展與產品生命週期策略	
11	100/11/14~ 100/11/20	訂價策略：瞭解與掌握顧客價值	
12	100/11/21~ 100/11/27	行銷通路：傳遞顧客價值	

13	100/11/28~ 100/12/04	零售與批發	
14	100/12/05~ 100/12/11	溝通顧客價值：整合行銷溝通策略	
15	100/12/12~ 100/12/18	廣告與公共關係	
16	100/12/19~ 100/12/25	人員銷售與銷售促進	
17	100/12/26~ 101/01/01	直效行銷與網路行銷：建立直接顧客關係	
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		
教材課本	行銷管理【Philip Kotler & Gray Armstrong 著；廖淑伶 編譯 2010/7出版 普 林斯頓】		
參考書籍			
批改作業 篇數	10 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：30.0 % ◆期中考成績：20.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈 〉： %		
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。		