

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 | 陳水蓮 Chen, Shui-lien |
| | MARKETING MANAGEMENT | | |
| 開課系級 | 管科一碩專班 A | 開課 資料 | 必修 單學期 3學分 |
| | TMGXJ1A | | |
| 系所教育目標 | | | |
| <p>一、開發研究潛力。</p> <p>二、整合多元領域。</p> <p>三、重視倫理道德。</p> <p>四、養成宏觀未來。</p> | | | |
| 系所核心能力 | | | |
| <p>A. 培育具有科際整合之能力。</p> <p>B. 培育具有企業實務之經驗。</p> <p>C. 培育具有統計分析之基本素養。</p> <p>D. 培育具有財經分析之基本素養。</p> <p>E. 具有外語運用能力。</p> <p>F. 具有學術論文競賽能力。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>本課程主要在於發展一個結構性的架構來協助同學瞭解以及執行行銷功能。透過學習如何成功地將行銷功能各要素整合到一個具有策略性與一致性的行銷計畫，同學將會廣泛地接觸到以下的議題行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等層面。</p> | | |
| | <p>The main purpose of this course is to develop a structural framework to help the students understand and practice the marketing function. By learning the integration for the marketing function and related elements as a strategic and consistent marketing plan, the students will extensively get in touch with the following issues: marketing framework, marketing organization, marketing environment, segmentation and market target, and marketing mix etc.</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 | 培育解決企業行銷管理能力的人才。 | Designing and Managing Integrated Marketing Communications | P6 | AB |
| 2 | 培育企業跨領域整合的能力的人才 | Designing and Managing Integrated Marketing Communications. | C4 | AB |

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 | 培育解決企業行銷管理能力的人才。 | 課堂講授、分組討論 | 報告、期中考、期末考 |
| 2 | 培育企業跨領域整合的能力的人才 | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論 |
| | | | |

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 | Understanding Marketing Management | |
| 2 | 100/09/12~ 100/09/18 | Gathering Information and Scanning the Environment | |
| 3 | 100/09/19~ 100/09/25 | Conducting Marketing Research and Forecasting Demand | |
| 4 | 100/09/26~ 100/10/02 | Creating Customer Value, Satisfaction, and Loyalty | |
| 5 | 100/10/03~ 100/10/09 | Analyzing Consumer Markets | |
| 6 | 100/10/10~ 100/10/16 | Analyzing Business Markets | |
| 7 | 100/10/17~ 100/10/23 | Identifying Market Segments and Targets | |
| 8 | 100/10/24~ 100/10/30 | Building Strong Brands | |
| 9 | 100/10/31~ 100/11/06 | 期中考試週 | |
| 10 | 100/11/07~ 100/11/13 | Setting Product Strategy | |
| 11 | 100/11/14~ 100/11/20 | Designing and Managing Services | |
| 12 | 100/11/21~ 100/11/27 | Developing Pricing Strategies and Programs | |

| | | | |
|--------------|---|--|--|
| 13 | 100/11/28~ 100/12/04 | Designing and Managing Integrated Marketing Channels | |
| 14 | 100/12/05~ 100/12/11 | Managing Retailing, Wholesaling, and Logistics | |
| 15 | 100/12/12~ 100/12/18 | Designing and Managing Integrated Marketing Communications | |
| 16 | 100/12/19~ 100/12/25 | Managing Mass and Personal Communications | |
| 17 | 100/12/26~ 101/01/01 | Creating Successful Long-Term Growth | |
| 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 | 林建煌, 行銷學, 第三版, 台北: 華泰文化出版 | | |
| 參考書籍 | Marketing Management, 13th Edition, by Philip Kotler; Kevin Lane Keller, 2008 | | |
| 批改作業 篇數 | 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: 30.0 % ◆期末考成績: 40.0 % ◆作業成績: % ◆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。 | | |