

淡江大學 100 學年度第 2 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 A	開課 資料	必修 下學期 2學分
	TBEXB4A		
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其「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

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	1.瞭解行銷環境變化與影響因素	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	2.瞭解整合行銷策略之重要性	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
3	3.理論與實務兼顧	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
4	4.闡述創意行銷之重要性	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
5	5.創造競爭優勢	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級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	101/02/13~ 101/02/19	Pricing Products : pricing strategies	
2	101/02/20~ 101/02/26	Distribution Channels and Logistics Management	
3	101/02/27~ 101/03/04	Retailing and Wholesaling	
4	101/03/05~ 101/03/11	Integrated Marketing Communication Strategy	
5	101/03/12~ 101/03/18	Advertising ,Sales Promotion ,and public Relations	
6	101/03/19~ 101/03/25	Personal Selling and Sales Management	
7	101/03/26~ 101/04/01	Direct and online Marketing	
8	101/04/02~ 101/04/08	教學觀摩日	
9	101/04/09~ 101/04/15	產品定位、品牌重定位個案研究	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	Competitive Strategies : Building Lasting Customer Relationships	
12	101/04/30~ 101/05/06	The Global Marketplace	

13	101/05/07~ 101/05/13	Marketing and Society : Responsibility and Marketing Ethics	
14	101/05/14~ 101/05/20	產品定位、品牌重定位個案研究	
15	101/05/21~ 101/05/27	畢業考試週	
16	101/05/28~ 101/06/03	---	
17	101/06/04~ 101/06/10	---	
18	101/06/11~ 101/06/17	---	
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		◆出席率： 15.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：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。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。	