

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷策略與實務	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	MARKETING STRATEGIES AND PRACTICE		
開課系級	國企系二P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TBTXB2P		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
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」。 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。 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。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。 B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。 C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。 D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。			
課程簡介	本課程將講授行銷相關策略之應用，結合實際的市場環境所展現之機會與威脅，配合實務案例，讓學生了解環境變化對行銷策略所造成之衝擊與影響，深入剖析擬定行銷4P策略(即產品策略、定價策略、通路策略與推廣策略)應掌握的重點與重要的策略思考。		
	The primary objective of this class is to enable students to make appropriate marketing strategies according to the changing environment.		

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	學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。	Enhance the students' abilities and skills to make the related marketing strategies appropriately.	P3	ABCD

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	學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。	講述、討論、業師講座	紙筆測驗、報告、上課表現、報告或測驗視選課人數

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	課程介紹	
2	101/02/20~ 101/02/26	The Scope of Marketing Management	
3	101/02/27~ 101/03/04	Corporate Marketing Planning	
4	101/03/05~ 101/03/11	BCG model	
5	101/03/12~ 101/03/18	Directional Policy Matrix	
6	101/03/19~ 101/03/25	Marketing Strategies	
7	101/03/26~ 101/04/01	Product Programs	
8	101/04/02~ 101/04/08	教學觀摩週	
9	101/04/09~ 101/04/15	Product Positioning實務(暫定搭配業師講座)	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	New Product Development Programs	
12	101/04/30~ 101/05/06	Advertising Programs	

13	101/05/07~ 101/05/13	廣告策略實務(暫定搭配業師講座)	
14	101/05/14~ 101/05/20	整合行銷傳播(暫定搭配業師講座)	
15	101/05/21~ 101/05/27	廣告創意與顧客行為(暫定搭配業師講座)	
16	101/05/28~ 101/06/03	Pricing and Distribution Programs	
17	101/06/04~ 101/06/10	Review	
18	101/06/11~ 101/06/17	期末考試週	
修課應 注意事項	上課態度及出席至為攸關		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義為主		
參考書籍	Marketing Management : strategies and Programs		
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	◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。 ※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。		