

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	葉怡成 YEH, I-CHENG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	土木系營企二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TECBB2A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養學生土木工程專業知能，使其滿足就業和深造需求。</p> <p>二、使學生具備經營管理知識，俾能應用於職場。</p> <p>三、使學生具備資訊技術能力，厚植其競爭力。</p> <p>四、培養學生文學、藝術、語文、歷史、社會、政治、未來學、國際現勢、宗教法律、自然等通識學門素養，使其具人文情懷並能永續發展。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 培養能結合教育相關理論於教學或學習應用、專案管理評鑑與學術研究寫作之人才。</p> <p>B. 具備土木工程之基本設計和分析能力。</p> <p>C. 具備操作測量儀具和工程材料實驗能，並能處理分析其數據。</p> <p>D. 具備基礎資訊技術能力，以解決工程問題。</p> <p>E. 具備營建實務知識，了解工程團隊合作重要性；並尊重專業倫理和了解道德規範與責任。</p> <p>F. 了解工程和環境社會之相互影響，並能終身學習。</p> <p>G. 具備跨領域之知識訓練經驗，了解科技整合對於現代化工程和未來發展之重要性。</p> <p>H. 了解國際化潮流趨勢，並能持續提昇外語能力。</p>			
課程簡介	<p>市場行銷 (Marketing) 指個人或群體通過創造並同他人交換產品和價值，以滿足需求與慾望的一種社會和管理過程。對營建企業而言，行銷也是企業生存、發展的關鍵因素。</p>		
	<p>Marketing is the process which creates, communicates, delivers the value to the customer, and maintains the relationship with customers.</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	讓學生學習行銷四策略： 產品策略 (Product) 價格策略 (Price) 推廣策略 (Promotion) 通路策略 (Place & Distribution)	Enable students to learn four strategies on marketing: Product strategy→ Solution Promotion strategy→ Information Price strategy→ Value Place strategy→ Access	C3	ADEF

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	讓學生學習行銷四策略： 產品策略 (Product) 價格策略 (Price) 推廣策略 (Promotion) 通路策略 (Place & Distribution)	講述、討論、賞析、實作、參訪、問題解決	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	第1章 行銷導論	
2	101/02/20~ 101/02/26	第2章 行銷環境	
3	101/02/27~ 101/03/04	第3章 行銷資訊與行銷研究	
4	101/03/05~ 101/03/11	第4章 消費者市場與其購買行為	
5	101/03/12~ 101/03/18	第5章 組織市場與其購買行為	
6	101/03/19~ 101/03/25	第6章 市場區隔與定位分析	
7	101/03/26~ 101/04/01	第7章 產品管理	
8	101/04/02~ 101/04/08	第8章 新產品開發與產品生命週期	
9	101/04/09~ 101/04/15	第9章 服務行銷	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	第10章 制定價格	
12	101/04/30~ 101/05/06	第11章 行銷通路與實體運配	

13	101/05/07~ 101/05/13	第12章 推廣策略與行銷溝通	
14	101/05/14~ 101/05/20	第13章 廣告	
15	101/05/21~ 101/05/27	第14章 人員銷售	
16	101/05/28~ 101/06/03	第15章 促銷與公共關係	
17	101/06/04~ 101/06/10	第16章 行銷的執行與控制	
18	101/06/11~ 101/06/17	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	行銷學 (三版) (林建煌) 華泰文化		
參考書籍			
批改作業 篇數	4 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： 25.0 % ◆平時評量：25.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆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。		