

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	企業行銷	授課 教師	黃志文 HUANG CHIH-WEN
	BUSINESS TO BUSINESS MARKETING		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TBTXM1A		
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. 培養成為國際企業之專業經理人。 B. 培訓具有獨立分析、判斷、解決企業經營問題之能力。 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規劃之能力。			
課程簡介	企業市場有別於消費者市場、企業市場是專業市場。從購買動機到採購決策過程都有專業考量		
	Business Marketing is different from consumer marketing business market is an expertised market. The purchasing motivation and buying processes are professional decision.		

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.培養市場分類的能力 2.培養購買中心分析 3. 培養行銷組合策略分析 4. 培養行銷組織架構	1.classification of business markets 2.Analysis of buying center 3.Analysis of marketing strategies 4.Organzation of marketing mix frameworks	C4	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	1.培養市場分類的能力 2.培養購買中心分析 3. 培養行銷組合策略分析 4. 培養行銷組織架構	講述、討論、參訪、問題解決	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	產業行銷簡介	
2	101/02/20~ 101/02/26	介紹產業市場	
3	101/02/27~ 101/03/04	介紹行銷環境	
4	101/03/05~ 101/03/11	介紹行銷資訊	
5	101/03/12~ 101/03/18	介紹購買者行為	
6	101/03/19~ 101/03/25	介紹市場區隔	
7	101/03/26~ 101/04/01	介紹目標行銷	
8	101/04/02~ 101/04/08	介紹目標行銷, 產品決策	
9	101/04/09~ 101/04/15	邀請校外學者演講	
10	101/04/16~ 101/04/22	邀請校外學者演講	
11	101/04/23~ 101/04/29	新產品開發	
12	101/04/30~ 101/05/06	介紹如何分配通路	

13	101/05/07~ 101/05/13	通路管理	
14	101/05/14~ 101/05/20	介紹物流方式	
15	101/05/21~ 101/05/27	各商品訂價方式	
16	101/05/28~ 101/06/03	如何推廣, 促銷方式, 廣告, 人員推銷	
17	101/06/04~ 101/06/10	期末報告	
18	101/06/11~ 101/06/17	期末報告	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本			
參考書籍			
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈報告〉：20.0 %	
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。	