

淡江大學 101 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	曾忠蕙 TSENG, CHUNG-HUI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	國企系二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLFXB2A		
系（所）教育目標			
<p>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」。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p>			
課程簡介	行銷管理課程中將介紹行銷組合，包括產品、價格、通路及推廣，並且透過個案影片的觀賞，更生活化地瞭解行銷的真義。		
	The course will introduce marketing mix, including product, price, place and promotion. Through reading the textbook and seeing several videos, students will learn how to do marketing management.		

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	瞭解行銷的意義與行銷策略內涵	Learn the definition of marketing and the content of marketing strategy	C2	ABCD
2	瞭解與學習如何進行行銷研究	Learn how to conduct a marketing research	C3	ABCD
3	瞭解組織購買行為與消費者購買行為的不同	Understand the differences between business and consumer purchase behavior	C4	ABCD
4	學習行銷的市場定位策略步驟	Learn STP process in marketing	C4	ABCD
5	學習行銷組合中的產品策略	Learn product strategy in marketing mix	C4	ABCD
6	學習行銷組合中的價格策略	Learn price strategy in marketing mix	C4	ABCD
7	學習行銷組合中的通路策略	Learn channel strategy in marketing mix	C4	ABCD
8	學習行銷組合中的推廣策略	Learn promotion strategy in marketing mix	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	瞭解行銷的意義與行銷策略內涵	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
2	瞭解與學習如何進行行銷研究	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	瞭解組織購買行為與消費者購買行為的不同	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
4	學習行銷的市場定位策略步驟	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現

5	學習行銷組合中的產品策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
6	學習行銷組合中的價格策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
7	學習行銷組合中的通路策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
8	學習行銷組合中的推廣策略	講述、討論、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

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◆ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◆ 樂活健康	
◆ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	Course Introduction	
2	101/09/17~ 101/09/23	Lecture: Topic 1, Introduction to Marketing Management + Video tape	
3	101/09/24~ 101/09/30	Lecture: Topic 2, Marketing Strategy + Video tape / Hand-in the Name list of your group & Decide your group number	
4	101/10/01~ 101/10/07	Case 1. Google (Ch2) + Group Discussions + Video tape	
5	101/10/08~ 101/10/14	Holiday (No class)	
6	101/10/15~ 101/10/21	Case 2. Starabucks (Ch3) + Group Discussions + Video tape	
7	101/10/22~ 101/10/28	Case 3. Coca-Cola vs. Pepsi (ch5) + Group Discussions + Video tape	

8	101/10/29~ 101/11/04	Case 4. Hewlett-Packard vs. Dell (ch6) + Group Discussions + Video tape	
9	101/11/05~ 101/11/11	Case 5 .Boeing vs. Airbus (ch7) + Group Discussions + Video tape	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	Case 6. McDonald's (ch8) + Group Discussions + Video tape	
12	101/11/26~ 101/12/02	Case 7. Harley-Davidson (ch9) + Group Discussions + Video tape	
13	101/12/03~ 101/12/09	Case 8. DaimlerChrysler (ch13) + Group Discussions + Video tape	
14	101/12/10~ 101/12/16	Case 9. Euro Disney (ch15) + Group Discussions + Video tape	
15	101/12/17~ 101/12/23	Case 10. Nike and Reebok (ch19) + Group Discussions +Video tape	
16	101/12/24~ 101/12/30	Group Presentation about the Final Report: Group1~4	
17	101/12/31~ 102/01/06	Group Presentation about the Final Report : Group5~8	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機、其它(DVD player)		
教材課本	開學後公布		
參考書籍			
批改作業 篇數	10 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：20.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈group presentation〉：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。		