

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	蕭瑞祥 SHAW RUEY-SHIANG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLMXB4P		
系（所）教育目標			
因應國際學術潮流及國內實務需求，培育深具敬業態度與團隊精神之優越資訊技術、資訊應用、管理與規劃人才。			
系（所）核心能力			
<p>A. 問題分析與關鍵思考。</p> <p>B. 企業基礎與實務知識。</p> <p>C. 資訊系統運用。</p> <p>D. 程式設計。</p> <p>E. 網路系統規劃。</p> <p>F. 資料庫設計與管理。</p> <p>G. 系統整合。</p> <p>H. 資訊系統分析與設計。</p> <p>I. 專案管理。</p>			
課程簡介	本課程以介紹行銷管理概念與架構，以及以個案探討加強對行銷管理的瞭解與實務，課程內容主要包括：行銷內涵與角色、行銷環境與資訊、市場與定位、產品策略、價格策略、通路策略、推廣策略、行銷行動與網路行銷等。		
	This course is to introduce the concept of marketing management and architecture, and strengthen the understanding and practice of marketing management. The main course contents include: marketing meaning and role, marketing environment and information, market positioning, product strategy, pricing strategy, channel strategy, promotion strategy, marketing operations and network marketing.		

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	瞭解行銷管理內涵、環境與資訊	To understand the meaning, environment and information of Marketing Management	C2	ABCG
2	瞭解市場與定位、產品策略、價格策略、通路策略、推廣策略、行銷行動與網路行銷	To understand the market positioning, product strategy, pricing strategy, channel strategy, promotion strategy, marketing operations and network marketing.	C2	ABCG

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	瞭解行銷管理內涵、環境與資訊	講述、討論、個案分享	上課表現、個案心得
2	瞭解市場與定位、產品策略、價格策略、通路策略、推廣策略、行銷行動與網路行銷	講述、個案分享	報告、上課表現、個案心得

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	
◇ 資訊應用	
◆ 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	課程簡介、教學進度與行銷管理導論	
2	101/09/17~ 101/09/23	市場導向的策略管理	
3	101/09/24~ 101/09/30	行銷環境與資訊	
4	101/10/01~ 101/10/07	消費者市場與其購買行為	
5	101/10/08~ 101/10/14	組織市場與其購買行為	
6	101/10/15~ 101/10/21	市場區隔與定位	
7	101/10/22~ 101/10/28	產品管理、新產品開發與產品生命週期	
8	101/10/29~ 101/11/04	服務行銷	
9	101/11/05~ 101/11/11	價格策略	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	通路策略 - 行銷通路與實體運配	
12	101/11/26~ 101/12/02	通路策略 - 零售與批發	

13	101/12/03~ 101/12/09	推廣策略與行銷溝通、廣告	
14	101/12/10~ 101/12/16	人員銷售、促銷與公共關係	
15	101/12/17~ 101/12/23	行銷執行與控制	
16	101/12/24~ 101/12/30	網路行銷	
17	101/12/31~ 102/01/06	其他行銷相關議題	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	多找資料、上課多討論回饋...等		
教學設備	電腦、投影機、其它(教學支援平台)		
教材課本	行銷管理, 5e, 林建煌, 華泰文化		
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： % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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。		