

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	MARKETING		
開課系級	國企系進學二A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TLFXE2A		
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	<p>本課程將介紹與行銷有關之基礎概念，進一步探討市場區隔、定位以及行銷相關四大策略，即產品、定價、通路與推廣策略，透過課堂講授與討論，將會使學生對此課程有深刻的認識，並了解所學之理論知識與實務策略之間是有非常緊密的聯結。</p>		
	<p>Important marketing related concepts will be introduced in this course. Besides, students will learn how to create customer value, target the correct market, and build customer relationships. Furthermore, the critical skills and knowledge which should be applied in the 4P strategies will be also emphasized in the course.</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	1.學生將能夠了解行銷重要基本觀念及理論;2.學生將會了解行銷環境變化與影響因素;3.學生將會了解消費者決策過程及目標市場如何選定等重要議題;4.學生將了解相關行銷策略之內容	1.Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories.;2.Students will have ideas about how the dynamic environments change.3.Students will see how the decision making process made by the consumers and how the markets will be targeted.4.Students will understand the content of marketing strategies.	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	1.學生將能夠了解行銷重要基本觀念及理論;2.學生將會了解行銷環境變化與影響因素;3.學生將會了解消費者決策過程及目標市場如何選定等重要議題;4.學生將了解相關行銷策略之內容	講述、實務專家經驗分享	紙筆測驗、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	課程介紹	
2	101/09/17~ 101/09/23	Topic1 Introduction	
3	101/09/24~ 101/09/30	Topic2 An Overview of Strategic Marketing	
4	101/10/01~ 101/10/07	Topic3 行銷環境 Part1	
5	101/10/08~ 101/10/14	Topic4 行銷環境 Part2	
6	101/10/15~ 101/10/21	Topic5 Target Markets(1) : Segmentation and Evaluation	
7	101/10/22~ 101/10/28	Topic6 Target Markets(2) : Positioning	
8	101/10/29~ 101/11/04	Topic7 Consumer Buying Behavior	
9	101/11/05~ 101/11/11	Lecture:case study	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	Lecture: Case study	
12	101/11/26~ 101/12/02	Topic9 New Product Development	

13	101/12/03~ 101/12/09	Topic10 Marketing Channels	
14	101/12/10~ 101/12/16	Topic12 Integrated Marketing Communications(1)	
15	101/12/17~ 101/12/23	Topic13 Integrated Marketing Communications(2)	
16	101/12/24~ 101/12/30	Topic14 Pricing Concepts	
17	101/12/31~ 102/01/06	Topic15 Setting Price	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	平時成績將反應學生的出席與參與		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Marketing 2012 16Ed. by Hult Pride and Ferrell		
參考書籍	Basic Marketing : A Marketing Strategy Planning Approach 17ed		
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： 30.0 % ◆平時評量：35.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量： % ◆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。		