

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	張雍昇 CHANG, YONG-SHENG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二B	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXE2B		
系（所）教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>行銷管理是一門建立與管理顧客關係的科學與藝術。除了探討顧客關係架構外，該門課程亦將介紹品牌權益、整合式行銷與國際行銷等相關概念。課堂中也會提供知名廠商案例，希望能讓學生對行銷實務有更深入的了解。</p>		
	<p>This course will provide an overview of the broad field of marketing management. We will strive to develop both a detailed theoretical understanding of marketing management and an appreciation of methodological perspectives that are foundational to this field. Students will present the case reports in class. Students will also be asked to learn a statistic tool (e.g., SPSS) to analyze the perceptions of consumer from the empirical survey.</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	本課程將兼顧理論與實務，旨在幫助學生以更有系統，且兼具效果與效率的學習方式，來理解行銷管理基本概念與重要理論。除了課堂上所探討有關行銷管理的個案外，希望藉由實地調查更可將課本所學與實務上的應用相互印證。	We will help you to realize a detailed combination of the theoretical and practical perspectives in consumer behavior research.	C4	ABCDGH

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	本課程將兼顧理論與實務，旨在幫助學生以更有系統，且兼具效果與效率的學習方式，來理解行銷管理基本概念與重要理論。除了課堂上所探討有關行銷管理的個案外，希望藉由實地調查更可將課本所學與實務上的應用相互印證。	講述、討論、賞析、實作、問題解決	紙筆測驗、實作、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	課程簡介	
2	101/09/17~ 101/09/23	行銷的本質	
3	101/09/24~ 101/09/30	策略行銷：行銷在策略規劃中的角色	
4	101/10/01~ 101/10/07	市場資訊與行銷研究	
5	101/10/08~ 101/10/14	消費者購買行為	
6	101/10/15~ 101/10/21	組織市場購買行為	
7	101/10/22~ 101/10/28	市場區隔與目標市場選擇	
8	101/10/29~ 101/11/04	產品策略	
9	101/11/05~ 101/11/11	品牌策略	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	行銷通路	
12	101/11/26~ 101/12/02	零售、批發與供應鏈管理	

13	101/12/03~ 101/12/09	定價策略	
14	101/12/10~ 101/12/16	整合行銷溝通	
15	101/12/17~ 101/12/23	廣告、促銷與公共關係	
16	101/12/24~ 101/12/30	人員銷售與直效行銷	
17	101/12/31~ 102/01/06	服務行銷	
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	
教材課本		行銷管理－理論與個案分析(第三版), 張國雄著, 雙葉書廊, 2011	
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： 30.0 %    ◆平時評量：20.0 %    ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉：        %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>	