

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷專題研討	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	SEMINAR ON MARKETING		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFXM1A		
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. 培養成為國際企業之專業經理人。</p> <p>B. 培訓具有獨立分析、判斷、解決企業經營問題之能力。</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規劃之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將介紹行銷策略制定過程中重要的理論與概念，並進一步引導同學思考這些重要的理論與概念如何應用於實際的範例之中，並剖析其對行銷策略制定之影響。</p>		
	<p>The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions they will face in middle-management positions. Besides, this course will put an emphasis on the application of marketing concepts, tools, and decision-making processes.</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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories, and have the abilities to make better marketing strategy decisions.	C4	ABD

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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	講述、討論	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	Introduction	
2	101/09/17~ 101/09/23	Reading1:Marketing Myopia	
3	101/09/24~ 101/09/30	Reading2: What's wrong with strategy?	
4	101/10/01~ 101/10/07	Reading3:Building your company's vision,	
5	101/10/08~ 101/10/14	Reading4:To diversify or not to diversify	
6	101/10/15~ 101/10/21	Reading5:Customizing Global Marketing	
7	101/10/22~ 101/10/28	Reading6:The new appeal of private labels	
8	101/10/29~ 101/11/04	Reading7:An Empirical Study of Service Innovation's Effect on Customers' Re-purchase Intention in Telecommunication Industry	
9	101/11/05~ 101/11/11	Reading8:Walking The Walk: How The Theory Of Reasoned Action Explains Adult And Student Intentions To Go Gree	
10	101/11/12~ 101/11/18	Reading9:The Roles of Knowledge, Threat, and PCE	
11	101/11/19~ 101/11/25	Reading10:The Roles of Knowledge, Threat, and PCEon Green Purchase Behaviour	

12	101/11/26~ 101/12/02	Reading 11:The Benefits of Manufacturer Brands to Retailers	
13	101/12/03~ 101/12/09	Reading12:Positioning for Dominance: Competition Among Channels Intermediaries in the Distribution Channel	
14	101/12/10~ 101/12/16	分組討論報告1	
15	101/12/17~ 101/12/23	分組討論報告2	
16	101/12/24~ 101/12/30	分組討論報告3	
17	101/12/31~ 102/01/06	分組討論報告4	
18	102/01/07~ 102/01/13	Review	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Reading assignments		
參考書籍	Marketing Management: Strategies and Programs 6thby Gultinan,J. P., G. W.		
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：            %   ◆期中評量：            % ◆期末評量：60.0 % ◆其他〈出席及參與〉：40.0 %		
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>		