

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	黃曼琴 HUANG, MAN-CHIN
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管一碩士班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXMIA		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</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>本課程介紹行銷管理觀念架構，指定個案及議題研討，由學生找出研讀的論文，將評析與同學討論，使同學增盡收集資訊及撰寫論文的能力</p>		
	<p>The main purpose of course is to introduce framework of marketing management, assign some cases and issues about marketing to students, and let students present their comments from cases and paper, and discuss with others classmates very well. We hope students can increase their abilities about collecting datas and writing paper.</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	使同學了解行銷概念和架構,增進個案討論及閱讀論文的能力,	let students to know concepts of marketing management and framework, and increases students abilities of studying cases and writing papers.	C4	ABCDEFGH

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	使同學了解行銷概念和架構,增進個案討論及閱讀論文的能力,	講述、討論、實作、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	行銷關概念及架構介紹	
2	101/09/17~ 101/09/23	Kotler 全方位行銷架構	
3	101/09/24~ 101/09/30	行銷環境與行銷策略	
4	101/10/01~ 101/10/07	行銷績效	
5	101/10/08~ 101/10/14	行銷資訊科技與行銷研究	UNIQLO
6	101/10/15~ 101/10/21	消費者行為	百福特電動車
7	101/10/22~ 101/10/28	產品策略	Porshe
8	101/10/29~ 101/11/04	品牌策略	論文1(消費者行為)
9	101/11/05~ 101/11/11	品牌策略	論文2(產品)
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考	
11	101/11/19~ 101/11/25	服務策略	論文3(品牌)
12	101/11/26~ 101/12/02	訂價策略	85度C

13	101/12/03~ 101/12/09	通路策略	好市多
14	101/12/10~ 101/12/16	網路.FB行銷	論文4(通路)
15	101/12/17~ 101/12/23	整合行銷	東京著衣
16	101/12/24~ 101/12/30	廣告策略	論文5(整合行銷)
17	101/12/31~ 102/01/06	廣告策略	論文6(廣告)
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考	
修課應 注意事項	主動學習，樂於分享		
教學設備	(無)		
教材課本			
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： 10.0 %    ◆平時評量：40.0 %    ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆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>		