

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	陳水蓮 CHEN, SHUI-LIEN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	管科一碩專班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLGXJ1A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、開發研究潛力。</p> <p>二、整合多元領域。</p> <p>三、重視倫理道德。</p> <p>四、養成宏觀未來。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 培育具有科際整合之能力。</p> <p>B. 培育具有企業實務之經驗。</p> <p>C. 培育具有統計分析之基本素養。</p> <p>D. 培育具有財經分析之基本素養。</p> <p>E. 具有外語運用能力。</p> <p>F. 具有學術論文競賽能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要在於發展一個結構性的架構來協助同學瞭解以及執行行銷功能。透過學習如何成功地將行銷功能各要素整合到一個具有策略性與一致性的行銷計畫，同學將會廣泛地接觸到以下的議題行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等層面。</p>		
	<p>The main purpose of this course is to develop a structural framework to help the students understand and practice the marketing function. By learning the integration for the marketing function and related elements as a strategic and consistent marketing plan, the students will extensively get in touch with the following issues: marketing framework, marketing organization, marketing environment, segmentation and market target, and marketing mix etc.</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	培育解決企業行銷管理能力的人才。	Designing and Managing Integrated Marketing Communications	P4	BEF
2	培育企業跨領域整合的能力的人才	Designing and Managing Integrated Marketing Communications.	A6	ACD

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	培育解決企業行銷管理能力的人才。	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	培育企業跨領域整合的能力的人才	講述、討論、問題解決	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	Understanding Marketing Management	
2	101/09/17~ 101/09/23	Gathering Information and Scanning the Environment	
3	101/09/24~ 101/09/30	Conducting Marketing Research and Forecasting Demand	
4	101/10/01~ 101/10/07	Creating Customer Value, Satisfaction, and Loyalty	
5	101/10/08~ 101/10/14	Analyzing Consumer Markets	
6	101/10/15~ 101/10/21	Analyzing Business Markets	
7	101/10/22~ 101/10/28	Identifying Market Segments and Targets	
8	101/10/29~ 101/11/04	Building Strong Brands	
9	101/11/05~ 101/11/11	期中考試週	
10	101/11/12~ 101/11/18	Setting Product Strategy	
11	101/11/19~ 101/11/25	Designing and Managing Services	
12	101/11/26~ 101/12/02	Developing Pricing Strategies and Programs	

13	101/12/03~ 101/12/09	Designing and Managing Integrated Marketing Channels	
14	101/12/10~ 101/12/16	Managing Retailing, Wholesaling, and Logistics	
15	101/12/17~ 101/12/23	Designing and Managing Integrated Marketing Communications	
16	101/12/24~ 101/12/30	Managing Mass and Personal Communications	
17	101/12/31~ 102/01/06	Creating Successful Long-Term Growth	
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	林建煌, 行銷學, 第三版, 台北: 華泰文化出版		
參考書籍	Marketing Management, 13th Edition, by Philip Kotler; Kevin Lane Keller, 2008		
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: 30.0 % ◆期中評量: 40.0 % ◆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。		