

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	王居卿 WANG, CHU-CHING
	MARKETING		
開課系級	資傳一 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TAIXB1A		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、強化專業知識：教導資訊傳播與社會人文核心學理，以培養學生紮實的專業知識理解、分析和詮釋的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播實務技能，以培養學生數位媒體專案企畫執行的能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學探索和作品賞析，以激發學生創意的自我開發。</p> <p>四、鼓勵業界互動：透過校外比賽活動、業界人士演講、進駐資傳產業公司實習或參與教師產學合作專案計畫，以與業界接軌並提升學生產業就業實務能力。</p> <p>五、培養團隊精神：教導溝通協調知識技能和分工合作完成專案技術，以培養學生團隊工作的領導力和適應力。</p> <p>六、深化專業倫理：教導學生資訊傳播專業倫理知識，以培養學生尊重專業倫理的態度和善盡社會責任的精神。</p>			
系 ( 所 ) 核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理知識。</p> <p>B. 能蒐集、分析資訊，和解讀、詮釋資訊意義。</p> <p>C. 能掌握資訊傳播發展趨勢。</p> <p>D. 能善用美學知識並激發自我創意。</p> <p>E. 能熟悉、運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>F. 能規劃、撰寫企畫書，並執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>「行銷(Marketing)」乃是在市場上滿足顧客需求的交換活動，該活動不僅是以營利為目的企業的靈魂，亦是非營利組織(包括公部門)或個人成敗的關鍵。本課程除了介紹行銷的相關觀念與理論外，將以實際的案例去說明理論的實務應用。本課程相當生活化，亦適合所有未具工作經驗且無任何理論基礎的學生修習。</p>		
	<p>Marketing is the exchange activities to satisfy the needs of customers in a specific market, which not only acts as the soul for a profit-oriented enterprise but is the key to success for the NPO and an individual. Besides introducing the related concepts and theories of marketing, this course will also demonstrate the theoretical application through the real cases. Because we can find the marketing in daily life, this course is also suitable for any students who without any working experience and basic knowledge.</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	強化專業知識	To reinforce the professional knowledge.	C2	AB
2	訓練實務知能	To cultivate the practical skills	C5	BF
3	開發創意潛能	To develop the potential of creativity	P6	BF

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	強化專業知識	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	訓練實務知能	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	開發創意潛能	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	102/02/18~ 102/02/24	課程介紹	
2	102/02/25~ 102/03/03	行銷導論(Chapter 1)	
3	102/03/04~ 102/03/10	Chapter 1 & 公司與行銷策略(Chapter 2)	
4	102/03/11~ 102/03/17	公司與行銷策略(Chapter 2)	
5	102/03/18~ 102/03/24	分析行銷環境(Chapter 3)	
6	102/03/25~ 102/03/31	管理行銷資訊系統(Chapter 4)	
7	102/04/01~ 102/04/07	教學及行政觀摩日(放假)	
8	102/04/08~ 102/04/14	消費者市場與消費者購買行為(Chapter 5)	
9	102/04/15~ 102/04/21	Chapter 5 & 顧客導向的行銷策略(Chapter 6)	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	產品、服務與品牌(Chapter 7)	
12	102/05/06~ 102/05/12	Chapter 7 & 新產品發展與PLC(Chapter 8)	

13	102/05/13~ 102/05/19	新產品發展與PLC(Chapter 8)	
14	102/05/20~ 102/05/26	訂價策略(Chapter 9)	
15	102/05/27~ 102/06/02	Chapter 9 & 行銷通路(Chapter 10)	
16	102/06/03~ 102/06/09	行銷通路(Chapter 10)	
17	102/06/10~ 102/06/16	整合行銷溝通策略(Chapter 12)	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	無		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷管理；Kotler and Armstrong 著，廖淑伶編譯，二版；台灣培生教育出版，高立圖書經銷 行銷學：原理與觀點；王居卿等譯，三版；全程企業管理有限公司出版。		
參考書籍	報章、雜誌、期刊。		
批改作業 篇數	1 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： 20.0 %   ◆平時評量：10.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈書面報告〉：10.0 %		
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>		