

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷策略與實務	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	MARKETING STRATEGIES AND PRACTICE		
開課系級	國企系二P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFXB2P		
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. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</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之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將講授行銷相關策略之應用，結合實際的市場環境所展現之機會與威脅，配合實務案例的講演，讓學生了解環境變化對行銷策略所造成之衝擊與影響，深入剖析擬定行銷4P策略(即產品策略、定價策略、通路策略與推廣策略)應掌握的重點與重要的策略思考。</p>		
	<p>The primary objective of this class is to enable students to make appropriate marketing strategies(product, pricing, distribution, and promotion strategies) according to the changing environment.</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	學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。	Enhance the students' abilities and skills to make the related marketing strategies appropriately.	P3	ABCD

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	學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。	講述、討論、業師講座	紙筆測驗、報告、上課表現、視選課人數而定

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Introduction	
2	102/02/25~ 102/03/03	2/28和平紀念日	
3	102/03/04~ 102/03/10	Marketing in Today's Economy and Strategic Marketing Planning.	
4	102/03/11~ 102/03/17	Discovering Market Opportunities	
5	102/03/18~ 102/03/24	Customers, Segmentation, and Target Marketing.	
6	102/03/25~ 102/03/31	The Marketing Program.	
7	102/04/01~ 102/04/07	清明節暨兒童節	
8	102/04/08~ 102/04/14	Branding and Positioning	
9	102/04/15~ 102/04/21	業師行銷策略實例演講(暫定)	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	業師行銷策略實例演講(暫定)	
12	102/05/06~ 102/05/12	Ethics and Social Responsibility in Marketing Strategy	

13	102/05/13~ 102/05/19	Developing and Maintaining Long-Term Customer Relationships.	
14	102/05/20~ 102/05/26	業師行銷策略實例演講(暫定)或個案分組討論	
15	102/05/27~ 102/06/02	個案分組討論	
16	102/06/03~ 102/06/09	個案分組討論	
17	102/06/10~ 102/06/16	個案分組討論	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	上課態度及出席至為攸關		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Marketing Strategy, Text and Cases, International Edition, 6E by O. C. Ferrell, and Michael Hartline		
參考書籍	Marketing: Concepts and Strategies by Pride, W.M. and O.C. Ferrell		
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：        %    ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈分組個案報告〉：30.0 %		
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>		