

淡江大學 102 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	黃曼琴 HUANG, MAN-CHIN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管二B	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXB2B		
系（所）教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。</p>			
課程簡介	使同學了解行銷管理的程序、活動,包括產品策略、定價策略、通路策略及促銷策,透過作業及個案討論,使同學了解台灣企業行銷管理的問題及實務,並能培養團隊合作精神.		
	<p>This course introduce marketing management process, including analyzing environment, formulating marketing strategy and implementing marketing mix.</p> <p>Assigning practice and presenting case discussion in order to stimulate student to know about marketing practices and problems of Taiwan business.Encouraging student can corporate with others very well.</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	使同學了解行銷管理的基本知識	let student to know the basic concept of marketing management	C2	ABD
2	使同學了解台灣企業行銷管理的問題及實務	let student to know the marketing practice of Taiwan business	C2	F
3	培養同學團隊合作精神	encourage student can corporate with others very well	C2	CE

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	使同學了解行銷管理的基本知識	講述、討論	紙筆測驗、上課表現
2	使同學了解台灣企業行銷管理的問題及實務	賞析	報告
3	培養同學團隊合作精神	討論	報告

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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◇ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/09/16~ 102/09/22	課程介紹, 分組	
2	102/09/23~ 102/09/29	第一章創造與掌握顧客價值	
3	102/09/30~ 102/10/06	第二章公司與行銷策略	
4	102/10/07~ 102/10/13	第三章分析行銷環境	
5	102/10/14~ 102/10/20	第四章管理行銷資訊系統	
6	102/10/21~ 102/10/27	第五章消費者購買行為	
7	102/10/28~ 102/11/03	請假	
8	102/11/04~ 102/11/10	第六章市場區隔與定位	
9	102/11/11~ 102/11/17	第七章產品服務與品牌	考前複習(補課, 時間另訂)
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	第八章新產品與產品生命週期	
12	102/12/02~ 102/12/08	第九章訂價策略	

13	102/12/09~ 102/12/15	第十章通路策略	
14	102/12/16~ 102/12/22	第十二章 整合行銷溝通	
15	102/12/23~ 102/12/29	第十三章 廣告與公共關係	
16	102/12/30~ 103/01/05	第十四章 人員銷售與銷售促進	
17	103/01/06~ 103/01/12	考前複習	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考試週	
修課應 注意事項	認真投入		
教學設備	電腦		
教材課本	Kotler, Armstrong 原著。廖淑伶編譯 行銷管理 普林斯頓出版。2012		
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：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。		