

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	吳雅鈴 WU, YA-LING
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLMXB4P		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、精進資訊管理知能。</p> <p>二、提升資訊科技專業。</p> <p>三、獨立思考邏輯分析。</p> <p>四、強化團隊合作能力。</p> <p>五、重視企業資訊倫理。</p> <p>六、培育全球化世界觀。</p>			
系 ( 所 ) 核心能力			
<p>A. 精進資訊管理知能。</p> <p>B. 企業基礎與實務知識。</p> <p>C. 獨立思考邏輯分析。</p> <p>D. 程式設計。</p> <p>E. 重視企業資訊倫理。</p> <p>F. 資料庫設計與管理。</p> <p>G. 資訊系統分析、設計與整合。</p> <p>H. 專案管理。</p>			
課程簡介	<p>本課程提供整體行銷策略與實務之講授，主題包括行銷管理、連結顧客、建立強勢品牌、形塑市場供給、傳遞價值、價值溝通和創造成功的長期成長等議題。</p>		
	<p>This course introduces the strategy and practice of holistic marketing. The content includes marketing management, customer connection, strong brands, market offerings, value delivery, value communication, successful long-term growth, 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	建立行銷管理的觀念	Establishing the concept of marketing management	C4	B
2	深入研究市場供給與價值傳遞之議題	Studying deeply related issues regarding market offerings and value delivery.	C5	B
3	應用相關的概念到實務中	Applying related concepts to practices	A5	H

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	建立行銷管理的觀念	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
2	深入研究市場供給與價值傳遞之議題	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	應用相關的概念到實務中	講述、討論、賞析、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	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	Course Agreement & Course Introduction	
2	102/09/23~ 102/09/29	Defining Marketing for the 21st Century	Ch 1
3	102/09/30~ 102/10/06	Developing Marketing Strategies and Plans	Ch 2
4	102/10/07~ 102/10/13	Collecting Information and Forecasting Demand	Ch 3
5	102/10/14~ 102/10/20	Creating Long-term Loyalty Relationships	Ch 4
6	102/10/21~ 102/10/27	Analyzing Consumer Markets	Ch 5
7	102/10/28~ 102/11/03	Analyzing Business Markets	Ch 6
8	102/11/04~ 102/11/10	Identifying Market Segments and Targets	Ch 7
9	102/11/11~ 102/11/17	Building Strong Brands	Ch 8
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	Crafting the Brand Positioning and Competing Effectively	Ch 9
12	102/12/02~ 102/12/08	Shaping the Market Offerings	Ch 10

13	102/12/09~ 102/12/15	Designing and Managing Services	Ch 11
14	102/12/16~ 102/12/22	Managing Mass Communications: Advertising, Sales Promotions, events and Experiences, and Public Relations	Ch 16
15	102/12/23~ 102/12/29	Managing Personal Communications: Direct and Interactive Marketing, Word of Mouth, and Personal Selling	Ch 17
16	102/12/30~ 103/01/05	行銷企劃分組報告 (一)	
17	103/01/06~ 103/01/12	行銷企劃分組報告 (二)	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>1. 缺席一次扣學期總成績 2 分，全勤者將加學期總分 3 分。全勤紀錄由第一週即開始紀錄，而非加退選之後才計算。</p> <p>2. 所有本堂課的資訊將公佈於教學支援平台，請同學隨時注意平台上的資訊。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Kotler Keller/ A Framework for Marketing Management 5/e, Pearson, 2012. (華泰文化代理)		
參考書籍			
批改作業 篇數	6 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	<p>◆出席率： 10.0 %   ◆平時評量：50.0 %   ◆期中評量：20.0 %</p> <p>◆期末評量：20.0 %</p> <p>◆其他〈 〉：        %</p>		
備 考	<p>「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/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a>〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」進入。</p> <p><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></p>		