

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	陳基祥 CHEN, CHI-HSIANG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXE2A		
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	<p>本課程之目標，教師講授與討論、學生閱讀教材。教師講授的方式，有系統地介紹行銷學的基本概念。課程之設計使學生對於企業管理功能以及未來行銷管理趨勢有基本的認識。</p>		
	<p>The objective of the course is to introduce the theories and practices of sales and marketing management. Class material is designed to enable students to understand basic functions of marketing management and future trend.</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	了解行銷學的重要功能，包含下列主題：行銷環境、消費者與企業購買行為、組織與管理、組織文化、規劃、產品、服務與品牌、顧客價值建立未來之趨勢等。	Students will be able to learn the essentials of sales and marketing management. The topics include marketing: creating and capturing customer value, organizational culture, planning, employee behaviors, team management, leadership, analyzing the marketing environment, understanding consumer and business buyer behavior and the future trend of green product.	C1	ABCDEF
2	對於全球化行銷管理、策略管理、社會責任、行銷變革管理等議題，有基本的認識與討論。	Students will be able to understand the globalized management and competition including global management, strategic management, social responsibility, and change management.	C2	ABCDEF

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	了解行銷學的重要功能，包含下列主題：行銷環境、消費者與企業購買行為、組織與管理、組織文化、規劃、產品、服務與品牌、顧客價值建立未來之趨勢等。	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
2	對於全球化行銷管理、策略管理、社會責任、行銷變革管理等議題，有基本的認識與討論。	講述、討論、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	行銷：創造與捕捉顧客價值Marketing: Creating and Capturing Customer Value	
2	102/09/23~ 102/09/29	公司與行銷策略：合夥建立顧客關係Company and Marketing Strategy: Partnering to Build Customer Relationships	
3	102/09/30~ 102/10/06	分析行銷環境Analyzing the Marketing Environment	
4	102/10/07~ 102/10/13	管理行銷資訊以增進對顧客深入了解Managing Marketing Information to Gain Customer Insights	
5	102/10/14~ 102/10/20	瞭解消費者與企業購買行為Understanding Consumer and Business Buyer Behavior	
6	102/10/21~ 102/10/27	顧客驅動的行銷策略：為目標顧客創造價值Customer-Driven Marketing Strategy: Creating Value for Target Customers	
7	102/10/28~ 102/11/03	產品、服務與品牌：建立顧客價值Products, Services, and Brands: Building Customer Value	
8	102/11/04~ 102/11/10	新產品發展與產品生命週期策略New-Product Development and Life-Cycle Strategies	
9	102/11/11~ 102/11/17	定價：了解與獲取顧客價格Pricing: Understanding and Capturing Customer Value	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	行銷通路：遞送顧客價值Marketing Channels: Delivering Customer Value	

12	102/12/02~ 102/12/08	批發業與零售業 Retailing and Wholesaling	
13	102/12/09~ 102/12/15	溝通顧客價值：廣告和公共關係 Communicating Customer Value: Advertising and Public Relations	
14	102/12/16~ 102/12/22	溝通顧客價值：人員推銷與促銷 Communicating Customer Value: Personal Selling and Sales Promotion	
15	102/12/23~ 102/12/29	直效與線上行銷：建立直接顧客關係 Direct and Online Marketing: Building Direct Customer Relationships	
16	102/12/30~ 103/01/05	全球市場 The Global Marketplace	
17	103/01/06~ 103/01/12	行銷道德與社會責任 Marketing Ethics and Social Responsibility	
18	103/01/13~ 103/01/19	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	張逸民譯, 2010, 行銷學(Kotler/ Marketing: An Introduction) 第九版, 華泰文化		
參考書籍	Armstrong, 2009, Marketing: An Introduction, 9/e, Prentice Hall		
批改作業 篇數	2 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：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %		
備 考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>		