

淡江大學 102 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	科技產業經營專題	授課 教師	白滌清 DI-CHING PAI
	STUDY TO HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIES		
開課系級	共同科商管碩 R	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TGLXM0R		
系 (所) 教育目標			
<p>一、習得瞭解專業知識。</p> <p>二、有效學習自我規劃。</p> <p>三、植基理論契合實務。</p> <p>四、人際溝通團隊合作。</p> <p>五、分析問題提供建議。</p> <p>六、道德知覺全球公民。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 學生具備共同課程專業知識。</p> <p>B. 學生能依進度完成功課。</p> <p>C. 學生能應用專業於實務。</p> <p>D. 學生能進行商業溝通。</p> <p>E. 學生具備專業分析思考能力。</p> <p>F. 學生能在國內外商業環境中認知道德議題。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要針對高科技環境及其面臨之變動進行探討與說明，內容聚焦於科技行銷與創新，同時也瞭解台灣主要科技產業之發展與變革。</p>		
	<p>This course primary focus on the characteristics of the high-tech environment and the marketing challenges those characteristics pose. It focuses primarily on the marketing of technology and innovation, but also addresses the key high-tech industries in Taiwan.</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	瞭解科技產業行銷與創新	understanding Technology marketing and innovation	C2	AE
2	瞭解台灣主要科技產業之現況與發展	understangin the key technology industries update and development	C2	AE

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	瞭解科技產業行銷與創新	講述	紙筆測驗、報告、上課表現
2	瞭解台灣主要科技產業之現況與發展	討論、實作	實作、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	課程說明	
2	102/09/23~ 102/09/29	Introduction to the World of High-Technology Marketing	
3	102/09/30~ 102/10/06	Strategic Market Planning in High-Tech Firms	
4	102/10/07~ 102/10/13	Culture and Climate Considerations for High-Tech	
5	102/10/14~ 102/10/20	Market Orientation and Cross-Functional Interatction	
6	102/10/21~ 102/10/27	Partnerships, Alliances, and Customer Relationships	
7	102/10/28~ 102/11/03	Marketing Research in High-Tech Markets	
8	102/11/04~ 102/11/10	Understanding High-Tech Customers	
9	102/11/11~ 102/11/17	Technology and Product Management	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考、企業見習	
11	102/11/25~ 102/12/01	Distribution Channels and Supply Chain Management in High-Tech Markets; 產業技術:智慧科技領域	
12	102/12/02~ 102/12/08	Pricing Considerations in High-Tech Markets; 產業技術:綠能科技領域	

13	102/12/09~ 102/12/15	Marketing Communications Tools for High-Tech Markets; 企業見習	
14	102/12/16~ 102/12/22	Strategic Considerations in Marketing Communications; 產業技術:綠能科技領域	
15	102/12/23~ 102/12/29	Strategic Considerations for the Triple Bottom Line in High-Tech Companies; 產業技術:製造精進領域	
16	102/12/30~ 103/01/05	產業技術:民生福祉領域	
17	103/01/06~ 103/01/12	企業見習	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考	
修課應 注意事項	主動積極態度 維護教室規則		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Mohr, Sengupta, Slater (2010), Marketing of High-Technology Products and Innovations. Pearson. (華泰書局代理)		
參考書籍	經濟部技術處2012產業技術白皮書		
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	「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。		