

淡江大學 102 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	黃曼琴 HUANG, MAN-CHIN
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管一碩士班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXMIA		
系 (所) 教育目標			
<p>一、強化專業知識。</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. 能理解與善用企業管理學理。</p> <p>B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。</p> <p>D. 能整合資訊應用與服務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	本課程介紹行銷管理觀念架構，指定個案及議題研討，由學生找出研讀的論文，將評析與同學討論，使同學增盡收集資訊及撰寫論文的能力		
	The main purpose of course is to introduce framework of marketing management, assign some cases and issues about marketing to students, and let students present their comments from cases and paper, and discuss with others classmates very well. We hope students can increase their abilities about collecting datas and writing paper.		

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	使同學了解行銷概念和架構,增進個案討論及閱讀論文的能力	let students to know concepts of marketing management and framework, and increases students abilities of studying cases and writing papers.	C4	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	使同學了解行銷概念和架構,增進個案討論及閱讀論文的能力	講述、討論、賞析	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	課程介紹, 分組	
2	102/09/23~ 102/09/29	行銷觀念,顧客價值	
3	102/09/30~ 102/10/06	全方位行銷管理	
4	102/10/07~ 102/10/13	行銷環境與行銷策略	個案:85度c
5	102/10/14~ 102/10/20	行銷績效(議題:企業面;市場面;利害關係人面....)	個案:薰衣草園
6	102/10/21~ 102/10/27	行銷資訊系統與行銷研究	個案:摩斯漢堡QRcode
7	102/10/28~ 102/11/03	請假(補假時間另訂之)	個案:果子咖啡轉型
8	102/11/04~ 102/11/10	消費者行為(個人背景因素;個人心理因素;社會文化因素.....)	個案:悠活兒童旅館
9	102/11/11~ 102/11/17	產品策略(新產品、產品生命週期.....)	個案:金車企業
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考 (品牌策略)(補課時間另訂)	
11	102/11/25~ 102/12/01	服務策略	
12	102/12/02~ 102/12/08	訂價策略	論文1

13	102/12/09~ 102/12/15	通路策略	論文2
14	102/12/16~ 102/12/22	網路.社群行銷	論文3
15	102/12/23~ 102/12/29	整合行銷溝通	論文4
16	102/12/30~ 103/01/05	廣告策略	論文5
17	103/01/06~ 103/01/12	銷售促進和公關	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦		
教材課本			
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：40.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆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。		