

淡江大學 103 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷專題研討	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	SEMINAR ON MARKETING		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFXM1A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。 二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。 三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。 B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。 C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。 D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。			
課程簡介	本課程將介紹行銷策略制定過程中重要的理論與概念，並進一步引導同學思考這些重要的理論與概念如何應用於實際的範例之中，並剖析其對行銷策略制定之影響。		
	The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions they will face in middle-management positions. Besides, this course will put an emphasis on the application of marketing concepts, tools, and decision-making processes.		

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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories, and have the abilities to make better marketing strategy decisions.	C4	ABD

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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	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	103/09/15~ 103/09/21	Introduction	
2	103/09/22~ 103/09/28	Reading1 Stories That Deliver Business Insights 2014	
3	103/09/29~ 103/10/05	Reading2: Marketing Myopia Reading3: What's wrong with strategy?	
4	103/10/06~ 103/10/12	Reading4: Building your company's vision, 1997 Reading5: Blue Ocean Strategy" Harvard Business Review, Boston : Oct 2004.	
5	103/10/13~ 103/10/19	Reading6 GREENWASHING: A CONSUMER PERSPECTIVE 2012(L99) Reading7 To diversify or not to diversify, 1996	
6	103/10/20~ 103/10/26	Reading8 Against the Green: A Multi-method Examination of the Barriers to Green Consumption 2013(L73)	
7	103/10/27~ 103/11/02	Reading9: Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium, 1999	
8	103/11/03~ 103/11/09	Reading 10 Perceived Drivers of Green Practices(L72) 2013	
9	103/11/10~ 103/11/16	Reading11 Reading12: Walking The Walk: How The Theory Of Reasoned Action Explains Adult And Student Intentions To Go Green, 2012	
10	103/11/17~ 103/11/23	Midterm Test	

11	103/11/24~ 103/11/30	Reading12: Why Might Organic Labels Fail to Influence Consumer Choices? Marginal Labelling and Brand Equity Effects(N15), 2012	
12	103/12/01~ 103/12/07	Reading13: Creating customer loyalty through service customization, 2012	
13	103/12/08~ 103/12/14	Reading14: Positioning for Dominance: Competition	
14	103/12/15~ 103/12/21	分組討論報告1	
15	103/12/22~ 103/12/28	分組討論報告2	
16	103/12/29~ 104/01/04	分組討論報告3	
17	104/01/05~ 104/01/11	分組討論報告4	
18	104/01/12~ 104/01/18	Final Test	
修課應 注意事項		出席率與參與態度至為重要	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Reading assignments	
參考書籍		Marketing Strategy Text and Cases by Ferrell and Hartlines 6th ed, 2014	
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈分組報告〉：30.0 %	
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。	