

淡江大學 103 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	陳意文 YI-WEN CHEN
	MARKETING		
開課系級	資傳一 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TAIXB1A		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、強化專業知識：教導資訊傳播與社會人文核心學理，以建立學生專業素養的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播學理與實務技能，並透過業界實習與產學合作計畫，以提升學生實務能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學的認知與探索，以激發學生創意思考的能力。</p> <p>四、深化專業倫理：教導學生資訊傳播的專業倫理，以培養學生重視社會責任的能力。</p>			
系 ( 所 ) 核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理。</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。</p> <p>C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>D. 能善用美學知識與創造力。</p> <p>E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>台灣產業逐漸從代工走向產品設計、開發，以及品牌發展，因此，行銷管理的重要性與日遽增。本課程旨在引導學生了解行銷原理、實務，並學習基礎的行銷企劃方式。</p>		
	<p>Taiwanese industries have gradually transformed from OEM to ODM and OBM. Therefore, the marketing management becomes increasingly important. The teaching goal of this course aims at leading students to learn principles and practices of marketing. Besides, students are asked to write a marketing plan.</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	學生將能瞭解行銷學的基本學理及實務案例。	Students will be able to understand the basic theory and real cases of marketing.	C2	A
2	學生將能掌握分析資訊傳播相關行銷案例的核心原則。	Students will be able to realize the core concepts and principles of analyzing related cases in information and communication area.	C4	A
3	學生將能設計行銷企劃，完整勾勒行銷的4P概念。	Students will be able to design a marketing plan. The content should cover the 4P's of marketing: price, promotion, product, and place.	C6	A

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	學生將能瞭解行銷學的基本學理及實務案例。	講述、賞析	紙筆測驗、報告
2	學生將能掌握分析資訊傳播相關行銷案例的核心原則。	講述、賞析	紙筆測驗
3	學生將能設計行銷企劃，完整勾勒行銷的4P概念。	討論、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	104/02/24~ 104/03/01	課程簡介、分組說明	
2	104/03/02~ 104/03/08	各種行銷企畫競賽介紹與未來行銷趨勢	課程記錄本:作業(1)、創意自我行銷企劃(3%)。
3	104/03/09~ 104/03/15	行銷導論(4P) - 影片賞析:誰是接班人(THE APPRENTICE)	課程記錄本:小考(1)、4P分析(3%)。
4	104/03/16~ 104/03/22	行銷環境與資訊 - 影片賞析:NTT docomo vision 2010	課程記錄本:小考(2)、分析影片敘述之未來行銷環境(3%)。
5	104/03/23~ 104/03/29	價格策略(Price):制訂價格	課程記錄本:小考(3)、計算產品之成本與獲利(3%)。
6	104/03/30~ 104/04/05	教學行政觀摩日	
7	104/04/06~ 104/04/12	產品策略(Product):產品管理	課程記錄本:作業(2)、考察商品品牌(3%)。
8	104/04/13~ 104/04/19	通路策略(Place):行銷通路與實體運送	課程記錄本:作業(3)、考察商品通路(3%)。
9	104/04/20~ 104/04/26	推廣策略(Promotion):推廣策略、廣告、行銷溝通、人員銷售、促銷與公共關係	課程記錄本:小考(4)、分析商品推廣策略(3%)。

10	104/04/27~ 104/05/03	期中考試週	
11	104/05/04~ 104/05/10	期中考檢討與期末報告方向說明：範本展示	各組抽籤決定一項產品或服務
12	104/05/11~ 104/05/17	市場與定位：STP	課程記錄本：小考(5)、分析知覺圖與偏好圖(3%)。
13	104/05/18~ 104/05/24	消費者市場與購買行為	課程記錄本：小考(6)、分析品牌評價(3%)。
14	104/05/25~ 104/05/31	行銷管理的程序與組織	課程記錄本：小考(7)、分析組織設計(3%)。
15	104/06/01~ 104/06/07	期末報告(I)	
16	104/06/08~ 104/06/14	期末報告(II)	
17	104/06/15~ 104/06/21	期末報告(III)	
18	104/06/22~ 104/06/28	期末考試週	
修課應 注意事項	1.必須完成行銷企畫書一份，可與實務競賽結合。 2.上課不定時點名，無故缺席三次無正當理由，成績以0分計算。 3.課前需準備「課程記錄本」一本，每週依據進度完成小考或作業一份，佔學期成績30%。 4.成績包括期中考(30%)、期末報告(40%)、平時評量(30%)。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	林建煌(2011)，行銷學，出版社：華泰文化		
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：            %   ◆平時評量：30.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉：            %		
備考	「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。 <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>		