

淡江大學 104 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	運輸行銷管理與公共關係	授課 教師	楊雲榮 YANG, YUN-JUNG
	TRANSPORTATION MARKETING MANAGEMENT AND PUBLIC RELATIONS		
開課系級	運管四 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLTXB4P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、通曉運輸專業知識。</p> <p>二、熟悉運輸實務基本操作。</p> <p>三、善於口語表達與分組合作。</p> <p>四、掌握系統分析基本技能。</p> <p>五、重視運輸專業倫理。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 具備運輸管理基礎知識。</p> <p>B. 熟悉實務導向之專業技能。</p> <p>C. 具備口語表達與分組合作能力。</p> <p>D. 具備系統分析基礎能力。</p> <p>E. 培養運輸倫理、人文關懷與國際視野。</p>			
課程簡介	<p>此課程目的係引導學生如何將行銷與公共關係管理之理論應用於運輸事業。前半學期介紹行銷學、公共關係學等相關理論；後半學期則介紹運輸行銷管理與公共關係之當前最熱門應用課題。</p>		
	<p>The purpose of this course is to introduce theory and practice of marketing and public relationship management in the field of transportation business.</p> <p>In the first half-semester, marketing management and public relations are examined. In the second half-semester marketing management and public relations problems are discussed and their linkages with current issues are also explored.</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	學生能夠分辨運輸行銷或公共關係之關鍵課題	Students may understand various transportation marketing or public relations key issues.	C3	AC
2	學生能夠了解行銷學與公共關係學基本理論	Students may understand fundamental theories of marketing management and public relations.	C2	AC
3	學生能夠著手行銷學與公共關係學與交通運輸結合之應用分析	Students may analyze transportation marketing applications supported by these	P3	AC
4	學生能夠獨立進行運輸行銷與公共關係應用案例之探討	Students may conduct transportation marketing and public relations case studies and surveys.	P3	C

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	學生能夠分辨運輸行銷或公共關係之關鍵課題	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	學生能夠了解行銷學與公共關係學基本理論	講述、討論	紙筆測驗、報告
3	學生能夠著手行銷學與公共關係學與交通運輸結合之應用分析	討論	報告、上課表現
4	學生能夠獨立進行運輸行銷與公共關係應用案例之探討	講述、討論、問題解決	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	104/09/14~ 104/09/20	課程介紹：個案分析、學期報告書大綱	
2	104/09/21~ 104/09/27	21世紀之行銷學與公共關係基本概論	
3	104/09/28~ 104/10/04	行銷管理學基本概念： STP, 4P與4C	
4	104/10/05~ 104/10/11	公共關係之傳播、調查、規劃與執行	
5	104/10/12~ 104/10/18	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論I：鐵公路篇	
6	104/10/19~ 104/10/25	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論II：海空運篇	
7	104/10/26~ 104/11/01	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論III：電信、郵政、觀光篇	
8	104/11/02~ 104/11/08	質性研究方法簡介	
9	104/11/09~ 104/11/15	期中專題報告簡報第一梯次	
10	104/11/16~ 104/11/22	期中考試週	
11	104/11/23~ 104/11/29	期中專題報告簡報第二梯次	
12	104/11/30~ 104/12/06	量化研究方法簡介	

13	104/12/07~ 104/12/13	當前行銷管理之熱門課題：現況與趨勢、面臨的課題	
14	104/12/14~ 104/12/20	當前公共關係之熱門課題：現況與趨勢、面臨的課題	
15	104/12/21~ 104/12/27	前瞻性之研究方法簡介與學術研究論文撰寫技巧	
16	104/12/28~ 105/01/03	相關領域專家學者演講與討論	
17	105/01/04~ 105/01/10	期末專題報告成果發表	
18	105/01/11~ 105/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項	1.本課程要求修課同學是以求職心態參與，內容將偏重未來求職所需技能。 2.期中及期末考皆是以Power Point進行簡報並於期末繳交Word檔文字報告。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍			
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： 25.0 % ◆平時評量：25.0 % ◆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。		