

淡江大學 104 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	李芸蕙 LEE, YUN-HUEI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXE2A		
系（所）教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</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. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能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	本課程之教學目的是提升學生行銷管理方面的知識。		
	The main purpose of this course is to enhance students' knowledge about marketing management.		

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	學生將能了解有關行銷管理的相關主題。	Students will be able to understand various topics related to Marketing Management.	C4	AB

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	學生將能了解有關行銷管理的相關主題。	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	104/09/14~ 104/09/20	課程介紹、評分標準、課程大綱說明	
2	104/09/21~ 104/09/27	Ch1行銷導論；Ch2市場導向的策略管理	分組名單確定
3	104/09/28~ 104/10/04	Ch3行銷環境	章末個案
4	104/10/05~ 104/10/11	Ch4行銷資訊與行銷研究	
5	104/10/12~ 104/10/18	Ch5消費者市場與其購買行為；Ch6組織市場與其購買行為	
6	104/10/19~ 104/10/25	Ch7市場區隔與定位分析	
7	104/10/26~ 104/11/01	Ch8產品管理；Ch9新產品開發與產品生命週期	
8	104/11/02~ 104/11/08	Ch10服務行銷	
9	104/11/09~ 104/11/15	考前複習	
10	104/11/16~ 104/11/22	期中考試週	
11	104/11/23~ 104/11/29	Ch11訂價概念；Ch12制定價格	
12	104/11/30~ 104/12/06	Ch13行銷通路與實體運配；Ch14零售與批發	

13	104/12/07~ 104/12/13	Ch15推廣策略與行銷溝通	
14	104/12/14~ 104/12/20	Ch16廣告；Ch17人員銷售	
15	104/12/21~ 104/12/27	Ch18促銷與公共關係	
16	104/12/28~ 105/01/03	Ch19行銷執行與控制；Ch20網路行銷	
17	105/01/04~ 105/01/10	考前複習	
18	105/01/11~ 105/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>一、上課進度依同學學習情況調整。 二、上課嚴禁交談，違者視為未出席。 三、作業成績為章末個案報告分數 四、依照上課人數分為20組，請班代將分組名單與報告順序於第2週(9/24)前彙整寄給老師(yh@mail.tku.edu.tw)。未分組者成績以零分計算。 五、每組章末報告之電子檔(檔名：「第X組-章末個案標題」)於報告前寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw)。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷管理，林建煌著，華泰文化。		
參考書籍	行銷管理相關書籍。		
批改作業 篇數	1 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。		