

淡江大學 104 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	國企一碩士班 P	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLFXM1P		
系（所）教育目標			
<p>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」。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將介紹成功的行銷管理與相關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案例及個案之中，並剖析重要的行銷活動是場經營之影響。</p>		
	<p>The Primary objective is to enable students to understand how to make important marketing decisions which 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.</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.	P3	BCD

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、專家講座 講析	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	Introduction	
2	104/09/21~ 104/09/27	Discover Marketing Management	
3	104/09/28~ 104/10/04	Case Study 1: Strategic Thinking	
4	104/10/05~ 104/10/11	Case Study2: Is CSR a better way to do the business?	
5	104/10/12~ 104/10/18	Use Information to Drive Marketing Decisions	
6	104/10/19~ 104/10/25	Case Study3: Marketing opportunities in the future(暫定業師講座)	
7	104/10/26~ 104/11/01	Case Study4: E-commerce case study(暫定業師講座)	
8	104/11/02~ 104/11/08	Develop the Value Offering-The Product Experience	
9	104/11/09~ 104/11/15	Case Study5:Products Goods and Service(暫定業師講座)	
10	104/11/16~ 104/11/22	Midterm Test	
11	104/11/23~ 104/11/29	Case Study6: Creating and Capturing the customer Value	
12	104/11/30~ 104/12/06	Topic4 Price and Deliver the Value Offering	

13	104/12/07~ 104/12/13	Topic5: Communicate the Value Offering by way of IMC	
14	104/12/14~ 104/12/20	Case Study7: How to do a IMC Strategy?(暫定業師講座)	
15	104/12/21~ 104/12/27	分組討論報告1	
16	104/12/28~ 105/01/03	分組討論報告2	
17	105/01/04~ 105/01/10	分組討論報告3	
18	105/01/11~ 105/01/17	Review and 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	Marketing Management 2nd ed. by Marshall/Johnston (華泰代理)		
參考書籍	Marketing Strategy Text and Cases by Ferrell and Hartlines 6th ed.02014		
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：30.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量： % ◆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。		