

淡江大學 104 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	顏秀鳳 YEN HSIU-FENG
	MARKETING		
開課系級	會計進學班四 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLAXE4A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、精實會計專業。</p> <p>二、提升資訊技能。</p> <p>三、整合多元領域。</p> <p>四、重視倫理道德。</p> <p>五、增進人文素養。</p> <p>六、建立國際視野。</p> <p>七、養成宏觀未來。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 財務會計專業能力。</p> <p>B. 管理會計專業能力。</p> <p>C. 審計專業能力。</p> <p>D. 其他會計專業能力。</p> <p>E. 溝通協調及團隊合作能力。</p> <p>F. 社會責任及職業道德素養。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要目的是培養學生具備行銷相關的理念與分析研究及管理的技術。內容包括：第一篇為行銷的基本觀念與行銷環境、第二篇透視市場、第三篇為行銷組合、第四篇為是提升產品價值、第五篇展現產品價值、第六篇成就行銷理念</p>		
	<p>Participants, through textbooks and discussions, are expected to familiarize themselves with : 1. Introducing of marketing mix, i.e., the 4Ps (Product, Price ,Place, Promotion); 2. Presenting basic marketing ideas and the components of a marketing plan; 3. Discussing the contemporary marketing thoughts and the future trends of marketing.</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	1學生能夠了解行銷基本理論	Students can understand the concept of the marketing theory.	C2	E
2	2學生能夠企劃行銷方案	Students are capable of planning the project of marketing.	C3	E
3	3學生能夠執行行銷活動	Students are capable of executing the action of marketing.	C4	E

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	1學生能夠了解行銷基本理論	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	2學生能夠企劃行銷方案	講述、討論	報告、上課表現
3	3學生能夠執行行銷活動	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	105/02/15~ 105/02/21	行銷的本質	
2	105/02/22~ 105/02/28	行銷的本質	
3	105/02/29~ 105/03/06	行銷環境	
4	105/03/07~ 105/03/13	消費者市與消費者行為	
5	105/03/14~ 105/03/20	組織市場與組織購買行為	
6	105/03/21~ 105/03/27	市場區隔、目標市場與定位	
7	105/03/28~ 105/04/03	產品基本概念與產品屬性	
8	105/04/04~ 105/04/10	教學觀摩(不用上課)	
9	105/04/11~ 105/04/17	新產品發展與產品生命週期	
10	105/04/18~ 105/04/24	期中考試週	
11	105/04/25~ 105/05/01	服務行銷	
12	105/05/02~ 105/05/08	價格訂定	

13	105/05/09~ 105/05/15	行銷通路管理、零售、批發與物流	
14	105/05/16~ 105/05/22	推廣與整合行銷溝通、推廣工具	
15	105/05/23~ 105/05/29	畢業考試週	
16	105/05/30~ 105/06/05	---	
17	105/06/06~ 105/06/12	---	
18	105/06/13~ 105/06/19	---	
修課應 注意事項	準時出席		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷管理概論—探索原理與體驗實務,曾光華,前程出版		
參考書籍			
批改作業 篇數	4 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： % ◆其他〈報告成績〉：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。		