

淡江大學 105 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>本課程將引導同學思考中高階行銷管理者所必需具備之理論與概念,並了解如何將之應用於實際的行銷實務之中,進一步得以制定出縝密之行銷策略。</p> | | |
| | <p>The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions 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. | A4 | AD |

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、問題解決 | 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 | 105/09/12~ 105/09/18 | 中秋節 | |
| 2 | 105/09/19~ 105/09/25 | Introduction | |
| 3 | 105/09/26~ 105/10/02 | Culture Shock: Oversea Working experience sharing | |
| 4 | 105/10/03~ 105/10/09 | Topic1: Scope of Marketing Management | |
| 5 | 105/10/10~ 105/10/16 | Lecture: Some Case Studies of Big Data Analysis | |
| 6 | 105/10/17~ 105/10/23 | Topic2: Marketing Research and Analsis | |
| 7 | 105/10/24~ 105/10/30 | Topic3: Building Long-Term Customer Relationships | |
| 8 | 105/10/31~ 105/11/06 | Topic4:Target Marketing | |
| 9 | 105/11/07~ 105/11/13 | Topic5: Competitive and Effective Brand Positioning | |
| 10 | 105/11/14~ 105/11/20 | Lecture: 回到本質溝通 | |
| 11 | 105/11/21~ 105/11/27 | Midterm test | |
| 12 | 105/11/28~ 105/12/04 | Topic6: Branding and Core Business Growth | |

| | | | |
|--------------|---|---|--|
| 13 | 105/12/05~ 105/12/11 | Topic7: Product and Service Strategies | |
| 14 | 105/12/12~ 105/12/18 | Topic8: IMC | |
| 15 | 105/12/19~ 105/12/25 | Topic9: Marketing Channels and Pricing Strategies | |
| 16 | 105/12/26~ 106/01/01 | Group Presentation | |
| 17 | 106/01/02~ 106/01/08 | Group Presentation | |
| 18 | 106/01/09~ 106/01/15 | Group Presentation | |
| 修課應 注意事項 | 上課參與與學習態度至為關鍵 | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教材課本 | A Framework for Marketing Management 6ed, 2016 by Kotler and Keller 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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：50.0 % ◆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。 | | |