

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<br>教師 | 孫嘉祈<br>SUN, CHIA-CHI |
|   | SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT  |          |                      |
| 開課系級  | 保險二碩士班 A   | 開課<br>資料 | 必修 單學期 3學分           |
|   | TLIXM2A  |          |                      |
| 系（所）教育目標  |  |          |                      |
| <p>一、重視保險專題研究，深化保險專業知識。</p> <p>二、加強研究分析訓練，提升分析與解決問題能力。</p> <p>三、重視產學合作互動，結合理論與實務運用。</p>   |  |          |                      |
| 系（所）核心能力  |  |          |                      |
| <p>A. 具備風險管理與保險經營管理能力。</p> <p>B. 具備保險商品設計能力。</p> <p>C. 具備保險理財規劃能力。</p> <p>D. 具備分析及解決問題能力。</p> <p>E. 具備獨立研究能力。</p> <p>F. 具備兩岸及國際觀視野。</p> |  |          |                      |
| 課程簡介  | 行銷議題因其所面臨的環境遠較國內企業所面臨的環境相對複雜，本課程目的在介紹行銷管理的核心觀念，剖析行銷環境的變動趨勢，並從策略性的觀點有系統地探討各項行銷管理決策及重要的行銷管理議題，以培養出更具國際化視野之管理才能。  |          |                      |
|   | This course focuses on business level marketing strategy and uses the marketing planning process as the framework for understanding the integration and coordination of marketing decisions. You will develop skills in creating and evaluating marketing plans, strategies, and implementation programs so that you will be better prepared to manage the marketing problems you will encounter in your profession. |          |                      |

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  | 本課程之授課目標欲使學員對行銷管理有全面系統化之瞭解，使學生認識行銷管理的基本概念，並瞭解如何針對消費者行為的特質及需求，規劃及執行行銷策略。然後再透過相關個案研究及討論，進而使學生更深刻體認行銷管理在實務上運作的原理 | The main learning emphasis in this course is placed on improved critical thinking ability (analytical and creative) as it relates to marketing strategy and implementation. This course is very applied in nature. | C3   | D        |

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  | 本課程之授課目標欲使學員對行銷管理有全面系統化之瞭解，使學生認識行銷管理的基本概念，並瞭解如何針對消費者行為的特質及需求，規劃及執行行銷策略。然後再透過相關個案研究及討論，進而使學生更深刻體認行銷管理在實務上運作的原理 | 講述、討論 | 紙筆測驗、報告 |
|    |   |       |         |

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~<br>105/09/18 | 課程介紹                        |    |
| 2  | 105/09/19~<br>105/09/25 | 行銷策略與計畫                     |    |
| 3  | 105/09/26~<br>105/10/02 | 蒐集資訊與預測需求                   |    |
| 4  | 105/10/03~<br>105/10/09 | 執行行銷研究-調整至10/7 企業參訪 (葡萄王公司) |    |
| 5  | 105/10/10~<br>105/10/16 | 建立長期忠誠關係                    |    |
| 6  | 105/10/17~<br>105/10/23 | 分析消費品市場--企業參訪活動(物流產業)       |    |
| 7  | 105/10/24~<br>105/10/30 | 確認市場區隔與目標市場                 |    |
| 8  | 105/10/31~<br>105/11/06 | 建立品牌權益                      |    |
| 9  | 105/11/07~<br>105/11/13 | 打造品牌定位-企業參訪活動 (生技產業)        |    |
| 10 | 105/11/14~<br>105/11/20 | 期中考- 企業家演講 (生技產業趨勢)( 暫定)    |    |
| 11 | 105/11/21~<br>105/11/27 | 競爭動態                        |    |
| 12 | 105/11/28~<br>105/12/04 | 設定產品策略                      |    |

|              |   |  |          |
|--------------|---|--|----------|
| 13           | 105/12/05~<br>105/12/11   | 服務的設計與管理                                 |          |
| 14           | 105/12/12~<br>105/12/18   | 發展訂價策略與方                                 |          |
| 15           | 105/12/19~<br>105/12/25   | 行銷計畫組別報告                                 |          |
| 16           | 105/12/26~<br>106/01/01   | 行銷計畫組別報告                                 |          |
| 17           | 106/01/02~<br>106/01/08   | 行銷計畫組別報告                                 |          |
| 18           | 106/01/09~<br>106/01/15   | 期末考---調整至11/19 參加研討會( FinTech 的發展與應用研討會) | 淡江大學台北校園 |
| 修課應<br>注意事項  | 行銷文章研讀<br>每組需上台報告<br>第一週進行分組  |  |          |
| 教學設備         | 電腦、投影機  |  |          |
| 教材課本         | Marketing Management, 14th Ed. Philip Kotler、Kevin Lane Keller  |  |          |
| 參考書籍         | Strategic Marketing Management, Foxall Gordon R. , Taylor & Francis   |  |          |
| 批改作業<br>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<br>計算方式 | ◆出席率： 30.0 %   ◆平時評量：30.0 %   ◆期中評量：        %<br>◆期末評量：        %<br>◆其他〈期末報告〉：40.0 %  |  |          |
| 備 考          | 「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處<br>首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a> 〉業務連結「教師教學<br>計畫表上傳下載」進入。<br><b>※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。</b> |  |          |