

淡江大學 105 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	曾威智 WEI-CHIH TSENG
	MARKETING		
開課系級	資傳一 P	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TAIXB1P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、強化專業知識與倫理。</p> <p>二、訓練實務知能與技能。</p> <p>三、開發創意思維與潛能。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理。</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。</p> <p>C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>D. 能善用美學知識與創造力。</p> <p>E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>本課程除了讓初學者對於行銷相關知識和理論有所瞭解外，也希望訓練學習者邏輯思考及表達能力，希望同學能激起對行銷領域的興趣，並能學以致用。</p>		
	<p>This course not only teach students to realize knowledge and theory of marketing, but also hope that students can cultivate logical thinking and ability of expression. Besides, students can interest in the fields of marketing, and can apply their knowledge.</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	行銷相關概念與相關理論知識	Basic understanding of concept and theories of marketing.	C4	A
2	對行銷領域的興趣，並能學以致用	Students can interest in the fields of marketing, and can apply their knowledge.	A2	A

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	行銷相關概念與相關理論知識	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	對行銷領域的興趣，並能學以致用	實作、問題解決	報告、心得撰寫

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	106/02/13~ 106/02/19	課程說明	
2	106/02/20~ 106/02/26	行銷：創造與獲取顧客價值	
3	106/02/27~ 106/03/05	和平紀念日(放假一天)	
4	106/03/06~ 106/03/12	公司與行銷策略&分析消費者市場行銷環境	
5	106/03/13~ 106/03/19	管理行銷資訊以增進顧客洞察	
6	106/03/20~ 106/03/26	了解消費者與企業購買行為	
7	106/03/27~ 106/04/02	顧客驅動的行銷策略：為目標顧客創造價值	
8	106/04/03~ 106/04/09	兒童節補假(放假一天)	
9	106/04/10~ 106/04/16	產品、服務與品牌、產品生命週期	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	訂價：了解與獲取顧客價值	
12	106/05/01~ 106/05/07	行銷通路：傳遞顧客價值	

13	106/05/08~ 106/05/14	管理大眾傳播	
14	106/05/15~ 106/05/21	管理人員溝通	
15	106/05/22~ 106/05/28	專題演講	繳交心得
16	106/05/29~ 106/06/04	期末報告	
17	106/06/05~ 106/06/11	期末總整理	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項	以上課程大綱會依實際上課狀況作調整		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	李元恕(2014), 「行銷學」第11E版, 華泰:台北。譯自Gary Armstrong and Philip Kotler(2013), Marketing: An Introduction 11/e, Pearson Higher Education.		
參考書籍			
批改作業 篇數	2 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：10.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈報告〉：25.0 %		
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。		