

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	楊斯琴 SUE CHIN YANG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLBXB2A		
系（所）教育目標			
配合本校、院教育目標，因應國內外金融情勢的演變，培養財務金融理論與實務兼具的財務金融人才。			
系（所）核心能力			
<p>A. 具備財務金融理論與實務的基本知識。</p> <p>B. 加強相關金融法規的學習。</p> <p>C. 培養財務金融職場的基本倫理與道德。</p> <p>D. 提升學生的國際觀與外語能力。</p> <p>E. 提升學生專業證照之能力。</p> <p>F. 具備分析國內外金融發展情勢之基本能力。</p>			
課程簡介	本課程強調重要觀念的解析，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。		
	This course improves students' interest in marketing issues, and to develop students to analyze and solve marketing problems.		

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	本課以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用	This course improves students' interest in marketing issues, and to develop students to analyze and solve marketing problems.	C2	ACDEF

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	本課以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用	講述、討論、賞析、模擬、實作、參訪、問題解決	紙筆測驗、實作、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	106/02/13~ 106/02/19	瞭解行銷管理的本質	
2	106/02/20~ 106/02/26	重視價值創造與顧客關係	
3	106/02/27~ 106/03/05	制訂策略規劃與行銷策略	
4	106/03/06~ 106/03/12	執行行銷研究	
5	106/03/13~ 106/03/19	透視行銷環境, 維護行銷道德	
6	106/03/20~ 106/03/26	分析消費者行為	
7	106/03/27~ 106/04/02	分析組織購買行為	
8	106/04/03~ 106/04/09	分析競爭者與發展競爭策略	
9	106/04/10~ 106/04/16	發展市場區隔、目標市場與定位	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	管理產品與推出新產品	
12	106/05/01~ 106/05/07	發展服務與體驗行銷	

13	106/05/08~ 106/05/14	制訂價格	
14	106/05/15~ 106/05/21	建設行銷通路	
15	106/05/22~ 106/05/28	發展整合行銷溝通	
16	106/05/29~ 106/06/04	管理大眾溝通	
17	106/06/05~ 106/06/11	管理客製化與互動式溝通	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		曾光華，行銷管理：理論解析與實務應用，前程文化事業有限公司，七版，2016年9月。	
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： % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。	