

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	企劃工作實務	授課 教師	文馨瑩 HSING-YIN WEN
	PRACTICES IN BUSINESS PLANNING		
開課系級	企管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLCXB4P		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、熟悉專業知能。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 能理解企業管理基本學理知識。 B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。 C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。 D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。 E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。 F. 能運用外語增進管理專業成長。			
課程簡介	本課程以「工作坊」的模式訓練學生模擬新產品上市與忠誠方案之專案企劃流程。以Excel完成日程規劃、成本效益分析等實務，並以PowerPoint簡報的小組競賽，來整合數量分析與內容創意的企劃力。		
	As one of Project Management Program, this course applies workshop approach to train students via simulating a planning project on product launch and loyalty.		

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	應用行銷管理到新產品企劃實務	Applying Marketing Management in new product planning project	C6	BCD
2	企劃專案小組成員互動	Project team dynamics	A6	BCD
3	提升書面報告與口頭簡報的技巧	Presentation skills	P6	BCD

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	應用行銷管理到新產品企劃實務	講述、討論、賞析、模擬、實作、問題解決、跨組評論	實作、報告、上課表現
2	企劃專案小組成員互動	講述、討論、模擬、實作、問題解決	實作、報告、上課表現、小組成員互評
3	提升書面報告與口頭簡報的技巧	講述、討論、賞析、模擬、實作、問題解決	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	師生認識；課程介紹；課堂規範與評分標準；教學平台的分享機制	JANDI平台加分
2	106/02/20~106/02/26	1. 發現你的企劃力；企劃工作流程	
3	106/02/27~106/03/05	2. 群眾募資企劃實例	
4	106/03/06~106/03/12	回饋小組企劃主題	3/7 企劃主題WORD
5	106/03/13~106/03/19	3. 群眾募資平台簡介	
6	106/03/20~106/03/26	4. 如何以Excel完成企劃	3/21 WORD報告
7	106/03/27~106/04/02	回饋小組WORD報告（公布跨組評論配對名單）	
8	106/04/03~106/04/09	教學行政觀摩日（不上課）	
9	106/04/10~106/04/16	小組簡報競賽（票選人氣獎）	4/11 PPT+EXCEL；沒有期中考
10	106/04/17~106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~106/04/30	回饋小組PPT報告	
12	106/05/01~106/05/07	群募影片競賽（票選人氣獎）	5/2

13	106/05/08~ 106/05/14	跨組評論簡報（票選人氣獎；小組成員互評）	5/9
14	106/05/15~ 106/05/21	學期總回饋	沒有畢業考
15	106/05/22~ 106/05/28	畢業考試週	
16	106/05/29~ 106/06/04	---	
17	106/06/05~ 106/06/11	---	
18	106/06/12~ 106/06/18	---	
修課應 注意事項	1. 抽點時請假缺席扣一分；曠課扣兩分。持證明文件（醫師處方、訃聞、公文等）之喪假、公假、病假則不扣分。如需缺席，請務必在課前以簡訊或email請假。 2. 分組原則：自由組成5~6人小組，來完整模擬某新產品的上市與忠誠企劃；並以新產品的名稱為組名（1~4個中、英文字以內）。命名是企劃工作的核心，請費心選擇，並先上網查詢是否有觸犯商標權之虞。2/26前無法找到組員的同學，請辦理退選。 3. 新產品或服務：歡迎舊瓶裝新酒，運用小組成員的家庭成員、淡江的校友網絡、或過去小組成員中已完成的企劃案（如資管系DEMO展、行銷管理相關課程、校際競賽的報告等）。惟報告內容則需依本課程要求的格式及標準重製--找出淡江校園的重要問題，並以新公司或既有品牌的立場，提出解決方案。		
教學設備	電腦、投影機、其它(教學平台小組作業分享)		
教材課本	太棒了！老師把教科書和考試都變不見了！ 以下5本參考書對小組報告會有幫助：		
參考書籍	1. Moore(李國璋 譯), 2010, 中小企業管理, 14th, 台北：華泰文化. 2. 曾光華, 2010, 行銷企劃, 台北：前程文化. 3. 戴國良, 2009, 經營企劃案撰寫—理論與實務, 鼎茂圖書出版. 4. 朱成, 2008, 產品經理必備的10大核心技能, 創見文化出版. 5. 高橋憲行, 2008, 企劃書聖經, 大是文化出版.		
批改作業 篇數	8 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： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈小組互評〉：10.0 %		
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。		