

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷的策略與應用	授課教師	張雍昇 CHANG, YONG-SHENG
	MARKETING STRATEGY AND APPLICATION		
開課系級	社會分析學門A	開課資料	必修 單學期 2學分
	TNUWB0A		
學 門 教 育 目 標			
一、引導學生將社會科學領域的方法與概念應用於社會生活中。 二、增進學生的自我瞭解、心理調適以及人際溝通能力。 三、透過課程的設計，提高學生分析社會現象及洞察社會問題的能力，進而能夠關懷人群及承擔社會責任。			
校 級 基 本 素 養			
A. 全球視野。 B. 資訊運用。 C. 洞悉未來。 D. 品德倫理。 E. 獨立思考。 F. 樂活健康。 G. 團隊合作。 H. 美學涵養。			
課程簡介	本課程將介紹行銷研究上所需的研究方法、工具與分析。		
	The course will aim to provide a foundation for designing and using methods to perform empirical research in marketing research.		

本課程教學目標與目標層級、校級基本素養相關性

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」、「校級基本素養」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「校級基本素養」。單項教學目標若對應「校級基本素養」有多項時，則可填列多項「校級基本素養」。(例如：「校級基本素養」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	校級基本素養
1	課程目標包括以下：第一、了解正確的資料蒐集方法。第二、增進同學們對於行銷研究的理論基礎。第三、選擇一合適主題進行實證調查與分析。	Primary objectives include the following: (1) developing an understanding and appreciation of appropriate survey data collection methods; (2) developing knowledge about the theoretical foundation for marketing research; (3) developing skills in the design and application of survey research methods to investigate a variety of research hypotheses.	C4	CDEG

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	課程目標包括以下：第一、了解正確的資料蒐集方法。第二、增進同學們對於行銷研究的理論基礎。第三、選擇一合適主題進行實證調查與分析。	講述、討論、賞析、實作	紙筆測驗、實作、報告、上課表現

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	106/02/13~ 106/02/19	Course overview	2/16
2	106/02/20~ 106/02/26	行銷的本質	2/23
3	106/02/27~ 106/03/05	策略行銷：行銷在策略規劃中的角色	3/2

4	106/03/06~ 106/03/12	消費者購買行為	3/9
5	106/03/13~ 106/03/19	市場區隔與目標市場選擇	3/16
6	106/03/20~ 106/03/26	產品策略	3/23
7	106/03/27~ 106/04/02	行銷通路	3/30
8	106/04/03~ 106/04/09	定價策略	4/6 春假
9	106/04/10~ 106/04/16	整合行銷溝通	4/13 (考前複習)
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	廣告、促銷與公共關係	4/27 (SPSS及發放考卷)
12	106/05/01~ 106/05/07	人員銷售與直效行銷	5/4
13	106/05/08~ 106/05/14	常見行銷爭議問題分析	5/11 (期末進度檢討)
14	106/05/15~ 106/05/21	行銷與公司策略的關係	5/18 (期末報告第1~3組)
15	106/05/22~ 106/05/28	案例應用	5/25 (期末報告第4~6組)
16	106/05/29~ 106/06/04	期末報告	6/1 (期末報告第7~9組)
17	106/06/05~ 106/06/11	期末報告	6/8 (期末報告第10組)
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項		詳細修課規定，請見課堂上說明	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		行銷管理，2016/9，廖淑伶與馬友薏，高立圖書。	
參考書籍			
批改作業 篇數		10 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： 25.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。
-----	---