

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	楊鳳美
	MARKETING STRATEGY AND APPLICATION		
開課系級	社會分析學門 C	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TNUWB0C		
學 門 教 育 目 標			
<p>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。</p> <p>二、增進學生的自我瞭解、心理調適以及人際溝通能力。</p> <p>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。</p>			
校 級 基 本 素 養			
<p>A. 全球視野。</p> <p>B. 資訊運用。</p> <p>C. 洞悉未來。</p> <p>D. 品德倫理。</p> <p>E. 獨立思考。</p> <p>F. 樂活健康。</p> <p>G. 團隊合作。</p> <p>H. 美學涵養。</p>			
課程簡介	<p>本課程的目標在於幫助學生瞭解：1.了解環境變化對行銷策略所造成之衝擊與影響。2. 提高學生的相關行銷知識及技巧能力。</p>		
	<p>The objective of this course is to help students understand: 1. Environmental impact and influence caused by change of marketing strategy.2. Enhance the students' abilities and skills to make the related marketing strategies appropriately.</p>		

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	本課程的目標在於幫助學生瞭解：1.了解環境變化對行銷策略所造成之衝擊與影響。2.提高學生的相關行銷知識及技巧的能力。	The objective of this course is to help students understand: 1. Environmental impact and influence caused by change of marketing strategy, 2. Enhance the students' abilities and skills to make the related marketing strategies appropriately.	C3	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	本課程的目標在於幫助學生瞭解：1.了解環境變化對行銷策略所造成之衝擊與影響。2.提高學生的相關行銷知識及技巧的能力。	講述、討論、賞析、模擬	紙筆測驗、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	行銷策略分析概論說明	
2	106/02/20~ 106/02/26	行銷在經濟社會中扮演角色	
3	106/02/27~ 106/03/05	策略分析理論架構	
4	106/03/06~ 106/03/12	行銷管理程序學派與架構	
5	106/03/13~ 106/03/19	管理外顯單位效益成本之行銷策略	

6	106/03/20~ 106/03/26	管理資訊搜尋成本之行銷策略	
7	106/03/27~ 106/04/02	管理道德危機成本之行銷策略	
8	106/04/03~ 106/04/09	教學觀摩週	
9	106/04/10~ 106/04/16	管理專屬陷入成本之行銷策略	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	行銷環境分析與行銷4P	
12	106/05/01~ 106/05/07	影響市場上四大成本高低主要因素	
13	106/05/08~ 106/05/14	策略行銷分析架構與個案建議應用	
14	106/05/15~ 106/05/21	常見行銷爭議問題分析	
15	106/05/22~ 106/05/28	行銷與公司策略關係	
16	106/05/29~ 106/06/04	期末報告與討論	
17	106/06/05~ 106/06/11	期末報告與討論	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項	平時成績包含出席率.		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	策略行銷分析-架構與實務應用(四版).邱志聖.智勝文化		
參考書籍	行銷管理概論(二版).蕭富峰.智勝文化		
批改作業 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 計算方式	◆出席率： % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆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。		