

淡江大學 106 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	陳薇如 CHEN, WEI-JU
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLAXB2A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、精實會計專業。 二、提升資訊技能。 三、整合多元領域。 四、重視倫理道德。 五、增進人文素養。 六、建立國際視野。 七、養成宏觀未來。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 財務會計專業能力。 B. 管理會計專業能力。 C. 審計專業能力。 D. 其他會計專業能力。 E. 溝通協調及團隊合作能力。 F. 社會責任及職業道德素養。			
課程簡介	本課程有系統地進行行銷管理理論之介紹, 此外,本課程介紹並分析行銷策略之實務運用,培養學生發展有效行銷策略之能力		
	This course provides an introduction to the fundamental concepts of marketing management. In addition, this course introduces and analyzes the application of marketing strategy. Students will improve their ability to develop effective marketing strategies.		

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	介紹行銷管理之基本概念	Introduce the fundamental concepts and elements of Marketing Management	C2	D
2	行銷策略實務介紹與分析	Introduce and analyze the application of marketing strategy	C4	D
3	培養學生發展有效行銷策略之能力	Improve their ability to develop effective marketing strategies	P6	D

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	介紹行銷管理之基本概念	講述、討論、賞析	紙筆測驗、報告、上課表現
2	行銷策略實務介紹與分析	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	培養學生發展有效行銷策略之能力	講述、討論、賞析、實作	紙筆測驗、報告

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	106/09/18~ 106/09/24	課程介紹,瞭解行銷管理的本質	分組
2	106/09/25~ 106/10/01	重視價值創造與顧客關係	
3	106/10/02~ 106/10/08	制訂策略規劃與行銷策略	
4	106/10/09~ 106/10/15	國慶日調整放假	擇期補課
5	106/10/16~ 106/10/22	執行行銷研究	
6	106/10/23~ 106/10/29	透視行銷環境	
7	106/10/30~ 106/11/05	分析消費者行為	
8	106/11/06~ 106/11/12	發展市場區隔、目標市場與定位	
9	106/11/13~ 106/11/19	管理產品與推出新產品	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考試週	
11	106/11/27~ 106/12/03	經營品牌	
12	106/12/04~ 106/12/10	制訂價格	

13	106/12/11~ 106/12/17	建設行銷通路	
14	106/12/18~ 106/12/24	發展整合行銷溝通	
15	106/12/25~ 106/12/31	行銷管理專題報告	
16	107/01/01~ 107/01/07	開國紀念日	
17	107/01/08~ 107/01/14	行銷管理專題報告	
18	107/01/15~ 107/01/21	期末考試週	
修課應 注意事項		1.第一堂課請務必出席進行報告分組,並了解修課注意事宜 2.實際授課進度將依課堂學習狀況進行調整	
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	
參考書籍		Philip Kotler (2008), Marketing Management, 13th. edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.	
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： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈報告(25%)課堂討論作業(20%)〉：45.0 %	
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。	