

淡江大學 106 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	廣告行銷與研究	授課 教師	牛涵錚 HAN-JEN NIU
	ADVERTISING MARKETING AND RESEARCH		
開課系級	管科系三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLGXB3P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 決策分析能力。</p> <p>B. 統計分析能力。</p> <p>C. 財經分析能力。</p> <p>D. 組織經營管理能力。</p> <p>E. 團隊合作能力。</p> <p>F. 自我管理能力。</p> <p>G. 道德倫理能力。</p>			
課程簡介	<p>*先修課程「管理學」與「行銷學」相關課程！</p> <p>現今世界環境劇烈變化，人們的價值觀、生活型態與其購買行為也呈現出新風貌。本課程即由瞭解基礎之行銷與消費者行為，進而學習如何考量、判斷與分析，以瞭解與廣告與行銷研究。本程並以輔助同學，取得「TBSA行銷企劃初階證照」為本課程之目標。</p>		
	<p>The global environment changes dramatic. People's value, lifestyles and their buying behavior is also toward a new way. One of the goal is introduce students Marketing Management and Buying Behavior, and trying to apply in the real life. Another goal is coach student to get the certification of TBSA elementary marketing planning.</p>		

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	讓學生瞭解廣告與行銷研究之基本內涵與操與	Students can realize the basic knowledge of this course and try to make-up a project.	C2	ADEFG

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	讓學生瞭解廣告與行銷研究之基本內涵與操與	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	106/09/18~ 106/09/24	Introduction	
2	106/09/25~ 106/10/01	聲音的奧妙與感受	
3	106/10/02~ 106/10/08	光影與聲音的搭配	
4	106/10/09~ 106/10/15	廣告與行銷 / 分享活動	
5	106/10/16~ 106/10/22	實務講座/參訪	
6	106/10/23~ 106/10/29	溝通模式與行銷 / 小考	
7	106/10/30~ 106/11/05	瞭解消費者行為 / 廣告與行銷討論	
8	106/11/06~ 106/11/12	個案討論 / 分享	
9	106/11/13~ 106/11/19	瞭解行為？研究？分析與報告 / 小考	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考試週	
11	106/11/27~ 106/12/03	個案討論 I	
12	106/12/04~ 106/12/10	個案討論 II	

13	106/12/11~ 106/12/17	TBSA證照驗收	
14	106/12/18~ 106/12/24	實務講座/參訪	
15	106/12/25~ 106/12/31	個案廣告分享	
16	107/01/01~ 107/01/07	個案廣告分享	
17	107/01/08~ 107/01/14	個案廣告分享	
18	107/01/15~ 107/01/21	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>課程安排會依學生人數與學習狀況做調整。</p> <p>1.先修課程「管理學」與「行銷學」相關課程。 2.證照報考與活動參與，為課程評量一部分。 3.上半段課程著重廣告元素認認與行銷、管理相關知識複習為，為證照考試故搭配小考。 4.下半段課程主要實做為主，故有討論與活動執行。 5.課內著重參與、互動討論，故有至少6次作業分數！</p>		
教學設備	電腦、投影機、其它(實務講座或參訪)		
教材課本	TBSA商務企劃能力檢定學習手冊2010年 呂長民(2009), 行銷研究, 台北：前程文化事業。		
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： 20.0 % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：10.0 % ◆期末評量： % ◆其他〈期末報告〉：30.0 %		
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。		