

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	王居卿 WANG, CHU-CHING
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXE2A		
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	本課程將傳遞兼具理論面與實務面的行銷管理重要知識，主要內容包括對消費市場的了解、顧客導向的行銷策略設計、行銷策略組合(4P)的規劃、及現代化行銷工具的應用。透過本課程，能使大學部學生在缺乏足夠的專業知識與實務經驗下，對行銷管理能有一個具系統性與完整性的思考架構去了解行銷的相關議題並制定有效的決策。		
	This course will deliver the important knowledge of marketing management with both aspects of theory and practice, and the major contents consist of the understanding of consumer market, the formulation of customer-oriented marketing strategy, the planning of marketing-mix strategy, and the application of modern marketing tools. The undergraduate students who without enough professional knowledge and practical experience, through this course, may have a systematic and integral thinking framework to understand the related marketing issues and make the effective decisions.		

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	1. 了解消費者市場與行銷管理。	1. Understand the consumer market and the marketing management.	C2	A
2	2. 了解如何制訂顧客導向的行銷策略。	2. Understand the formulation of customer-oriented marketing strategy.	P4	AB
3	3. 了解如何規劃行銷組合策略。	3. Understand the planning of marketing-mix strategies (4P).	P6	AB
4	4. 了解如何使用現代化的行銷工具。	4. Understand the application of modern marketing tools.	P3	B

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	1. 了解消費者市場與行銷管理。	講述、討論	紙筆測驗、上課表現
2	2. 了解如何制訂顧客導向的行銷策略。	模擬	紙筆測驗、報告、上課表現
3	3. 了解如何規劃行銷組合策略。	賞析	紙筆測驗、報告、上課表現
4	4. 了解如何使用現代化的行銷工具。	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	課程介紹	
2	106/09/25~ 106/10/01	行銷：創造顧客價值與參與(第1章)	
3	106/10/02~ 106/10/08	放假(中秋節)	
4	106/10/09~ 106/10/15	公司與行銷策略(第2章)	
5	106/10/16~ 106/10/22	分析行銷環境(第3章)	
6	106/10/23~ 106/10/29	消費者市場與購買者行為(第5章)	
7	106/10/30~ 106/11/05	顧客導向行銷策略：STP(第6章)	
8	106/11/06~ 106/11/12	產品、服務與品牌(第7章)	
9	106/11/13~ 106/11/19	小結與統整	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考試週	
11	106/11/27~ 106/12/03	訂價策略(第8章)	
12	106/12/04~ 106/12/10	行銷通路(第9章)	

13	106/12/11~ 106/12/17	零售與批發(第10章)	
14	106/12/18~ 106/12/24	溝通顧客價值(第11章)	
15	106/12/25~ 106/12/31	廣告與公共關係(第12章)	
16	107/01/01~ 107/01/07	人員銷售與銷售促進(第13章)	
17	107/01/08~ 107/01/14	直效、網路、社群媒體與行動通訊行銷(第14章)	
18	107/01/15~ 107/01/21	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		行銷管理；廖淑伶、馬友蕙編譯；Principles of Marketing, 16th ed., Kotler & Armstrong 著；高立圖書經銷。	
參考書籍		相關期刊及雜誌	
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： 20.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。	