

淡江大學 106 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	施盛寶 SHIH, SHENG-PAO
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管三 C	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLMXB3C		
系（所）教育目標			
<p>一、精進資訊管理知能。</p> <p>二、提升資訊科技專業。</p> <p>三、獨立思考邏輯分析。</p> <p>四、強化團隊合作能力。</p> <p>五、重視企業資訊倫理。</p> <p>六、培育全球化世界觀。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 問題分析與關鍵思考。</p> <p>B. 企業基礎與實務知識。</p> <p>C. 資訊系統運用。</p> <p>D. 程式設計。</p> <p>E. 網路系統規劃。</p> <p>F. 資料庫設計與管理。</p> <p>G. 資訊系統分析、設計與整合。</p> <p>H. 專案管理。</p>			
課程簡介	<p>本課程介紹行銷管理基礎理論與實務。課程內容包括：瞭解行銷管理、掌握行銷洞察力、連結顧客、建立強勢品牌、創造價值、傳遞價值、溝通價值、永續成功的行銷。</p>		
	<p>This course introduces the fundamental theories and practices of marketing management. Topics include Understanding Marketing Management, Capturing Marketing Insights, Connecting with Customers, Building Strong Brands, Shaping the Market Offerings, Delivering Value, Communicating Value, and Conducting Marketing Responsibly for Long-term Success.</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	學生將能夠瞭解及應用行銷管理基礎理論與實務。	Student will be able to understand and apply the fundamental concepts and practices of marketing management.	C6	AB

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	學生將能夠瞭解及應用行銷管理基礎理論與實務。	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、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	107/02/26~ 107/03/04	Introduction to Marketing Management	
2	107/03/05~ 107/03/11	Defining Marketing for the New Realities, Developing Marketing Strategies and Plans	
3	107/03/12~ 107/03/18	Collecting Information and Forecasting Demand, Conducting Marketing Research	
4	107/03/19~ 107/03/25	Creating Long-term Loyalty Relationships, Analyzing Consumer Markets	
5	107/03/26~ 107/04/01	Analyzing Business Markets, Tapping into Global Markets	
6	107/04/02~ 107/04/08	教學行政觀摩日	
7	107/04/09~ 107/04/15	Identifying Market Segments and Targets, Crafting the Brand Positioning	
8	107/04/16~ 107/04/22	Creating Brand Equity, Addressing Competition and Driving Growth	
9	107/04/23~ 107/04/29	Midterm Report	
10	107/04/30~ 107/05/06	期中考試週	
11	107/05/07~ 107/05/13	Setting Product Strategy, Designing and Managing Services	
12	107/05/14~ 107/05/20	Introducing New Market Offerings, Developing Pricing Strategies and Programs	

13	107/05/21~ 107/05/27	Designing and Managing Integrated Marketing Channels, Managing Retailing, Wholesaling, and Logistics	
14	107/05/28~ 107/06/03	Designing and Managing Integrated Marketing Communications, Managing Digital Communications: Online, Social Media and Mobile Marketing, Managing Mass Communications: Advertising, Sales Promotions, Events and Experiences, and Public Relations, Managing Personal Communications: Direct Marketing, Word of Mouth, and Personal Selling	
15	107/06/04~ 107/06/10	Managing a Holistic Marketing Organization for the Long Run	
16	107/06/11~ 107/06/17	Final Report I	
17	107/06/18~ 107/06/24	Final Report II	
18	107/06/25~ 107/07/01	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		Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, 15th edition, Pearson Education Limited.	
參考書籍		徐世同、楊景傳譯 (2017), 行銷管理 (Kotler/Marketing Management 15e), 華泰文化	
批改作業篇數		12 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。	