

淡江大學 106 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際通路與品牌管理	授課 教師	劉菊梅 LIU, CHU-MEI
	INTERNATIONAL MARKETING CHANNEL AND BRAND MANAGEMENT		
開課系級	國行一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFAJ1A		
系（所）教育目標			
<p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p>			
課程簡介	<p>企業必需透過行銷通路進入各市場，行銷通路是企業價值鏈的重要的一部分。本課程將討論行銷通路的策略，內容包括消費者分析、行銷通路與策略的設計、通路結構與策略、及策略的執行。</p>		
	<p>This course discusses the strategy of marketing channels that the company's routes to market, are the downstream part of a value chain. The content includes the analysis of end-user and channels, the designing of channel and strategy, the structure and strategy of different type of channels, and the implementation of strategy.</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	瞭解行銷通路類型、設計、策略，及如何執行行銷通路的策略。	Understanding the types, design, strategies of marketing channel, and how to implement the channel strategy.	C3	ABD

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	瞭解行銷通路類型、設計、策略，及如何執行行銷通路的策略。	講述、討論、問題解決	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	瞭解行銷通路策略 understanding the marketing channel strategies	
2	107/03/05~ 107/03/11	最終使用者市場分析 End-User Analysis: Segmenting and Targeting	
3	107/03/12~ 107/03/18	通路分析 Channel Analysis: Auditing Marketing Channel	
4	107/03/19~ 107/03/25	通路與外包 Make-or-Buy Channel Analysis	
5	107/03/26~ 107/04/01	通路結構設計與策略 Designing Channel Structures and Strategies	
6	107/04/02~ 107/04/08	零售結構與策略 Retailing Structures and Strategies	
7	107/04/09~ 107/04/15	批發結構與策略 Wholesaling Structures and Strategies	
8	107/04/16~ 107/04/22	特許經營結構與策略 Franchising Structures and Strategies	
9	107/04/23~ 107/04/29	新興通路結構與策略 Emerging Channel Structures and Strategies	
10	107/04/30~ 107/05/06	管理通路權力 Managing Channel Power	
11	107/05/07~ 107/05/13	管理通路衝突 Managing Channel Conflict	
12	107/05/14~ 107/05/20	管理通路關係 Managing Channel Relationships	

13	107/05/21~ 107/05/27	管理通路政策與合法性Managing Channel Policies and Legalities	
14	107/05/28~ 107/06/03	管理通路物流Managing Channel Logistics	
15	107/06/04~ 107/06/10	期末報告與討論 Term Papers and Discussions	
16	107/06/11~ 107/06/17	期末報告與討論Term Papers and Discussions	
17	107/06/18~ 107/06/24	期末報告與討論Term Papers and Discussions	
18	107/06/25~ 107/07/01	期末報告與討論Term Papers and Discussions	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Marketing Channel Strategy, 8th edition, By Robert Palmatier et. al., Prentice Hall; & 投影片講義	
參考書籍			
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：30.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈期末報告與討論〉：50.0 %	
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。	