

淡江大學 106 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	梁德昭 LIANG TE-CHAO
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管一碩士班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLMXM1A		
系 (所) 教育目標			
致力於資訊科技與經營管理知識之科際整合研究發展，為國家與社會培育兼具資訊技術能力與現代管理知識的中高階人才。			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 現代管理知識應用。</p> <p>B. 邏輯思考。</p> <p>C. 關鍵分析。</p> <p>D. 結合資訊技術與管理。</p> <p>E. 研究與創新。</p> <p>F. 資料分析與應用。</p> <p>G. 資通安全管理。</p> <p>H. 言辭與文字表達。</p>			
課程簡介	本課程先以行銷管理的基本認識開始介紹一般的行銷觀念。重點將著重於電子化行銷 (E-Marketing)的規劃與管理。		
	This course will beginning with introducing the fundamental concepts of Marketing Management, then will major focus on the E-Marketing, including planning and management.		

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	具備基本行銷管理的認識, 進而在電子行銷上做深入探討。	Have the basic knowledge of Marketing Management and furthermore can do deeply study on the E-Marketing.	C6	A

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	具備基本行銷管理的認識, 進而在電子行銷上做深入探討。	講述、討論	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	107/02/26~ 107/03/04	Introduction to Marketing Management	
2	107/03/05~ 107/03/11	Strategic E-Marketing and Performance Metrics	
3	107/03/12~ 107/03/18	The E-Marketing Plan	
4	107/03/19~ 107/03/25	Global E-Markets 3.0	
5	107/03/26~ 107/04/01	Ethic and Legal Issues	
6	107/04/02~ 107/04/08	E-Marketing Research	
7	107/04/09~ 107/04/15	Connected Consumers Online	
8	107/04/16~ 107/04/22	Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies	
9	107/04/23~ 107/04/29	E-Marketing Management	
10	107/04/30~ 107/05/06	Product: The Online Offer	
11	107/05/07~ 107/05/13	Price: The Online Value	
12	107/05/14~ 107/05/20	Place: The Internet for Distribution	

13	107/05/21~ 107/05/27	Promotion and Communication of E-Marketing	
14	107/05/28~ 107/06/03	E-Marketing Communication: Owned Media	
15	107/06/04~ 107/06/10	E-Marketing Communication: Paid Media	
16	107/06/11~ 107/06/17	E-Marketing Communication: Earned Media	
17	107/06/18~ 107/06/24	Customer Relationship Management	
18	107/06/25~ 107/07/01	Summary and Discussion	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		E-Marketing, by Judy Strauss and Raymond Frost, 華泰代理	
參考書籍		網路行銷概論 E-Marketing, 華泰文化	
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：40.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：60.0 % ◆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。	