

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷與生活	授課 教師	蔡錕銘 TSAI HOUNG MING
	MARKETING AND LIFE		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TGLXB0A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、習得瞭解專業知識。 二、有效學習自我規劃。 三、植基理論契合實務。 四、人際溝通團隊合作。 五、分析問題提供建議。 六、道德知覺全球公民。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 熟悉商管專業的基本知識。 B. 具備專業知識的表達能力。 C. 具備資訊蒐集運用的能力。 D. 具體審辨分析的思考能力。			
課程簡介	本課程取材以強化生活經驗與行銷知識的聯結，進而提升學生的學習興趣為原則。以生活化或知名的國內案例連接每章內容；藉由講述與討論使年輕學子體驗到有趣及切身的行銷實務或現象；讓學生更能親近行銷學理與實務。		
	This lesson comes from the relationship of life experience and marketing knowledge. Our principle is to motivate students' interests toward marketing management. In order to achieve that, chapters include many famous cases or something happened among our life, and we will teach lots interesting practices or phenomenon.		

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	本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。	A systematical approach to analyze marketing management theory, its applications, and key concept. Cases in or outside Taiwan, and life experience will also be introduced the help the understanding of theory. After all the students' interest can be motivated and their ability of solving marketing problems can be improved.	C2	ABCD

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	本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。	講述、討論	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	107/09/10~ 107/09/16	瞭解行銷的意義與內涵	
2	107/09/17~ 107/09/23	透視行銷環境	
3	107/09/24~ 107/09/30	維護行銷道德	
4	107/10/01~ 107/10/07	執行行銷研究	
5	107/10/08~ 107/10/14	分析消費者行為	
6	107/10/15~ 107/10/21	分析組織購買行為	
7	107/10/22~ 107/10/28	市場區隔、目標市場與定位	
8	107/10/29~ 107/11/04	產品與新產品	
9	107/11/05~ 107/11/11	經營品牌	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	發展服務與體驗行銷	
12	107/11/26~ 107/12/02	價格策略	

13	107/12/03~ 107/12/09	行銷通路管理	
14	107/12/10~ 107/12/16	零售、批發與物流	
15	107/12/17~ 107/12/23	推廣的意義與目標	
16	107/12/24~ 107/12/30	推廣工具	
17	107/12/31~ 108/01/06	總結	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	期中、期末評量均以測驗題為主		
教學設備	投影機		
教材課本	曾光華，行銷管理概論，前程文化，2014年11月出版		
參考書籍	李培齊、蔡政言、孫嘉祈著，行銷學概要，滄海書局，2017年4月初版 相關的新聞報導及網路相關的案例 曾光華、饒怡雲，行銷學原理，前程文化事業有限公司，四版，2014/08/01。		
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： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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。		