

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	王炫斌 WANG, HUSAN-PIN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLAXB2A		
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	1.學習與理解行銷學基本原則與理論架構。 2.學習與理解實務或日常生活中如何分析及應用相關知識。		
	1.Learning and understanding the basic concept and theoretical framework of marketing. 2.Learn and understand how to apply the related knowledge in practice.		

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	學習與理解行銷學基本原則與理論架構。	Learning and understanding the basic concept and theoretical framework of marketing.	C2	A
2	學習與理解實務或日常生活中如何分析及應用相關知識。	Learn and understand how to apply the related knowledge in practice.	C4	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	學習與理解行銷學基本原則與理論架構。	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	學習與理解實務或日常生活中如何分析及應用相關知識。	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	課程簡介、小組分組	
2	107/09/17~ 107/09/23	第1章 瞭解行銷管理的本質	
3	107/09/24~ 107/09/30	第 2 章 重視價值創造與顧客關係	
4	107/10/01~ 107/10/07	第 3 章 制訂策略規劃與行銷策略	
5	107/10/08~ 107/10/14	第 4 章 執行行銷研究	
6	107/10/15~ 107/10/21	第 5 章 透視行銷環境	
7	107/10/22~ 107/10/28	第 7 章 分析消費者行為	
8	107/10/29~ 107/11/04	第 9 章 分析競爭者與發展競爭策略 (第 8 章 分析組織購買行為簡介)	
9	107/11/05~ 107/11/11	第10章 發展市場區隔、目標市場與定位	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	第11章 管理產品與推出新產品	
12	107/11/26~ 107/12/02	第13章 發展服務與體驗行銷	

13	107/12/03~ 107/12/09	第14章 制訂價格	
14	107/12/10~ 107/12/16	第17章 發展整合行銷溝通 第18章 管理大眾溝通	
15	107/12/17~ 107/12/23	小組報告	
16	107/12/24~ 107/12/30	小組報告	
17	107/12/31~ 108/01/06	小組報告	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	※課程進度僅供參考，實際進度將根據學習情況進行調整。 ※請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。 ※除參與課堂討論外，課程進行時嚴禁吵鬧及干擾他人。 ※上課時，不得使用手機等三C產品，以免影響學習成效。 ※如考試週請假，依校規辦理。補考將更換考題，超過60分的部分打八折計算。 ※本課程相關考試作弊者，除依校規處分外，學期總成績一律為0分。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷管理：理論解析與實務應用7/e [曾光華/前程文化]		
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： % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈報告〉：40.0 %		
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。		