

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	白滌清 DI-CHING PAI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLCXB2A		
系（所）教育目標			
<p>一、習得瞭解專業知識。</p> <p>二、有效學習自我規劃。</p> <p>三、植基理論契合實務。</p> <p>四、人際溝通團隊合作。</p> <p>五、分析問題提供建議。</p> <p>六、道德知覺全球公民。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 熟悉商管專業的基本知識。</p> <p>B. 具備專業知識的表達能力。</p> <p>C. 具備資訊蒐集運用的能力。</p> <p>D. 具體審辨分析的思考能力。</p>			
課程簡介	<p>行銷會隨著企業的變革而演進，且已成為整體企業的主軸，同時會影響企業的願景、使命與策略規劃。行銷的內涵包含了目標顧客的設定，顧客需要的滿足，產品與服務的提供，價格的設定，顧客的溝通，通路與配送方式的運用，以及行銷夥伴成員的開發。</p>		
	<p>As companies change, so does their marketing organization. Marketing is no longer a company department charged with a limited number of tasks—it is a company-wide undertaking. It drives the company's vision, mission, and strategic planning. Marketing includes decisions like who the company wants as its customers; which of their needs to satisfy; what products and services to offer; what prices to set; what communications to send and receive; what channels of distribution to use; and what partnerships to develop.</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	瞭解行銷管理,洞悉市場動態	Understanding marketing management; Capturing marketing insights	C2	AB
2	運用行銷工具,進行行銷規劃	Using marketing tools; marketing Planning	P3	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	瞭解行銷管理,洞悉市場動態	講述、討論	紙筆測驗
2	運用行銷工具,進行行銷規劃	講述、討論、實作	實作、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	107/09/10~ 107/09/16	1 行銷：創造與獲取顧客價值	
2	107/09/17~ 107/09/23	2 公司與行銷策略：合夥建立顧客連結、價值與關係	加退選
3	107/09/24~ 107/09/30	3 分析行銷環境	9/24(一)中秋節。繳交分組名單
4	107/10/01~ 107/10/07	4 管理行銷資訊以獲得顧客洞察力	確認分組名單
5	107/10/08~ 107/10/14	5 了解消費者與企業購買行為	
6	107/10/15~ 107/10/21	6 由顧客價值驅動之行銷策略：為目標顧客創造價值	
7	107/10/22~ 107/10/28	7 產品、服務與品牌：建立顧客價值	
8	107/10/29~ 107/11/04	8 發展新產品與管理產品生命週期	
9	107/11/05~ 107/11/11	9 訂價：了解與獲取顧客價值	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	10 行銷通路：傳遞顧客價值	
12	107/11/26~ 107/12/02	11 零售與批發	

13	107/12/03~ 107/12/09	12 連結消費者與溝通顧客價值：廣告與公共關係	
14	107/12/10~ 107/12/16	13 人員銷售與促銷。14 直效、線上、社群媒體和行動行銷。	
15	107/12/17~ 107/12/23	繳交期末報告(全班各組)、各組簡報	12/22(六)補上班
16	107/12/24~ 107/12/30	各組簡報	
17	107/12/31~ 108/01/06	各組簡報(另安排時間報告)	12/31, 1/1(一、二)放假
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>(一)主動積極： 1.閱讀商管相關文章與報導 2.隨時觀察行銷活動及廣告</p> <p>(二)教室規則： 1.不穿拖鞋、鼓勵服儀整潔。 2.不聊天及製造噪音、鼓勵主動發問。 3.不飲食超過5分鐘、鼓勵生活自律。 4.學習應對進退，尊師重道友愛同學。</p> <p>(三)分組報告 1.全員到齊 2.遵守教室規則</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷學(Armstrong/ Marketing: An Introduction 13/e), 李元恕、丁美靜、王郁彬譯, 2017, 台北：華泰文化0935-286-372 Marketing: An Introduction (13e), Armstrong, Kotler, Opresnik, 2017 (台北：華泰文化, 0935-286-372)		
參考書籍	行銷管理：亞洲觀點、6版、謝文雀、華泰文化 Kotler and Keller, 2016, Marketing Management, 台北：華泰文化 行銷管理，廖淑伶、馬友蕙 編譯，2016。高立圖書 (業務代表：劉家宏 0921-456018)		
批改作業 篇數	3 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	<p>◆出席率： % ◆平時評量：25.0 % ◆期中評量：25.0 %</p> <p>◆期末評量：25.0 %</p> <p>◆其他〈期末報告〉：25.0 %</p>		
備考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>		