

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	孫嘉祈 SUN, CHIA-CHI
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	風保二碩士班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLOXM2A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、重視保險專題研究，深化保險專業知識。</p> <p>二、加強研究分析訓練，提升分析與解決問題能力。</p> <p>三、重視產學合作互動，結合理論與實務運用。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 具備風險管理與保險經營管理能力。</p> <p>B. 具備保險商品設計能力。</p> <p>C. 具備保險理財規劃能力。</p> <p>D. 具備分析及解決問題能力。</p> <p>E. 具備獨立研究能力。</p> <p>F. 具備兩岸及國際觀視野。</p>			
課程簡介	<p>行銷議題因其所面臨的環境遠較國內企業所面臨的環境相對複雜，本課程目的本課程探討服務行銷的新趨勢、新方法為指引，透過顧客行為、競爭等分析以提升服務品質、創造顧客價值為核心理念，選取具實務價值的議題，在服務業的現象、消費者特性、行銷策略發展等方面，為學生建立適量、紮實的理論基礎，創造服務的價值與高獲利，課程中理論與實務兼俱，並透過個案研究，瞭解服務行銷與品牌經營的實務作法。</p>		
	<p>This course focuses on business level marketing strategy and uses the marketing planning process as the framework for understanding the integration and coordination of marketing decisions. You will develop skills in creating and evaluating marketing plans, strategies, and implementation programs so that you will be better prepared to manage the marketing problems you will encounter in your profession.</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	本課程之授課目標欲使學員對行銷管理有全面系統化之瞭解，使學生認識行銷管理的基本概念，並瞭解如何針對消費者行為的特質及需求，規劃及執行行銷策略。然後再透過相關個案研究及討論，進而使學生更深刻體認行銷管理在實務上運作的原理	The main learning emphasis in this course is placed on improved critical thinking ability (analytical and creative) as it relates to marketing strategy and implementation. This course is very applied in nature.	C3	D

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	本課程之授課目標欲使學員對行銷管理有全面系統化之瞭解，使學生認識行銷管理的基本概念，並瞭解如何針對消費者行為的特質及需求，規劃及執行行銷策略。然後再透過相關個案研究及討論，進而使學生更深刻體認行銷管理在實務上運作的原理	講述、討論	紙筆測驗、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	課程介紹	
2	107/09/17~ 107/09/23	服務概論	
3	107/09/24~ 107/09/30	服務品質的缺口模型	
4	107/10/01~ 107/10/07	服務業的消費者行為	
5	107/10/08~ 107/10/14	顧客的服務期望	
6	107/10/15~ 107/10/21	顧客的服務認知-企業參訪 葡萄王公司中壢廠	企業參訪
7	107/10/22~ 107/10/28	透過研究傾聽顧客	
8	107/10/29~ 107/11/04	建立顧客關係	
9	107/11/05~ 107/11/11	服務補救	
10	107/11/12~ 107/11/18	Midterm exam	
11	107/11/19~ 107/11/25	服務發展與設計	
12	107/11/26~ 107/12/02	顧客定義的服務標準	

13	107/12/03~ 107/12/09	員工在服務傳遞中的角色	
14	107/12/10~ 107/12/16	顧客在服務傳遞中的角色--企業參訪 三商家購-物流中心	Group Presentation
15	107/12/17~ 107/12/23	Group Presentation	
16	107/12/24~ 107/12/30	Group Presentation	
17	107/12/31~ 108/01/06	Group Presentation-調整至12/29 10-12 校友會館上課	台北校園
18	108/01/07~ 108/01/13	Final Exam--調整參加12/15 AM 0900~AM 1200 經濟倫理研討會	淡江大學台北校園
修課應 注意事項	行銷文章研讀 每組需上台報告 第一週進行分組		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	黃鵬飛 譯, 服務行銷 (Zeithaml/ Services Marketing 4/e) 2008, 華泰書局		
參考書籍	Strategic Marketing Management, Foxall Gordon R. , Taylor & Francis		
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：30.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈期末報告〉：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。		