

淡江大學 107 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	風保二B	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLOXB2B		

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

本課程將介紹與行銷有關之基礎概念，進一步探討市場區隔、定位以及行銷相關四大策略，即產品、定價、通路與推廣策略，透過課堂講授與討論，將會使學生對此課程有深刻的認識，並了解所學之理論知識與實務策略之間是有非常緊密的聯結。

Important marketing related concepts will be introduced in this course. Besides, students will learn how to create customer value, target the correct market, and build customer relationships. Furthermore, the critical skills and knowledge which should be applied in the 4P strategies will be also emphasized in the course.

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	本課程將介紹與行銷有關之基礎概念，進一步探討市場區隔、定位以及行銷相關四大策略，即產品、定價、通路與推廣策略，透過課堂講授與討論，將會使學生對此課程有深刻的認識，並了解所學之理論知識與實務策略之間是有非常緊密的聯結。	Important marketing related concepts will be introduced in this course. Besides, students will learn how to create customer value, target the correct market, and build customer relationships. Furthermore, the critical skills and knowledge which should be applied in the 4P strategies will be also emphasized in the course.	C3	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	本課程將介紹與行銷有關之基礎概念，進一步探討市場區隔、定位以及行銷相關四大策略，即產品、定價、通路與推廣策略，透過課堂講授與討論，將會使學生對此課程有深刻的認識，並了解所學之理論知識與實務策略之間是有非常緊密的聯結。	講述、討論、賞析	紙筆測驗、上課表現、出席

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	108/02/18~ 108/02/24	Course Introduction	
2	108/02/25~ 108/03/03	Topic1: Marketing: The Art and Science of Satisfying Customers	
3	108/03/04~ 108/03/10	Topic2: Strategic Planning in Contemporary Marketing	
4	108/03/11~ 108/03/17	Topic3: The Marketing environment	
5	108/03/18~ 108/03/24	Topic4: Ethics and Social Responsibility in Marketing Related strategies	
6	108/03/25~ 108/03/31	Topic5:social media marketing	
7	108/04/01~ 108/04/07	Topic6: E-Business and E-marketing	
8	108/04/08~ 108/04/14	Topic7: Consumer decision making process	
9	108/04/15~ 108/04/21	Topic8: Consumer Behavior_determinants	
10	108/04/22~ 108/04/28	期中考試週	
11	108/04/29~ 108/05/05	Topic9:Segmentation, Targeting, and Positioning_	
12	108/05/06~ 108/05/12	Topic10: Marketing Research in the Era of Big Data	

13	108/05/13~ 108/05/19	Topic11: Product Strategy	
14	108/05/20~ 108/05/26	Topic12: NPD and Brand Management	
15	108/05/27~ 108/06/02	Topic13: Integrated Marketing Communications	
16	108/06/03~ 108/06/09	Topic14: Marketing Channels and Supply Chain Management	
17	108/06/10~ 108/06/16	Topic15: Pricing Strategy	
18	108/06/17~ 108/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	學習態度		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義		
參考書籍	Contemporary Marketing 17th ed. by Boone and Kurtz 滄海圖書代理		
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：40.0 % ◆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。		