

淡江大學 108 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	楊鳳美 YANG, FENG-MEI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	管科系二A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLGXB2A		
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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：50.00)</p> <p>B. 具備專業知識的表達能力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>2. 資訊運用。(比重：50.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：50.00)</p>			
課程簡介	本課程介紹行銷管理基礎理論與實務。		
	This course introduces the fundamental theories and practices of marketing management.		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	本課程介紹行銷管理基礎理論與實務。	This course introduces the fundamental theories and practices of marketing management.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	AB	27	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	108/09/09~ 108/09/15	行銷管理的本質說明	
2	108/09/16~ 108/09/22	價值創造與顧客關係	
3	108/09/23~ 108/09/29	制訂行銷策略與規劃	
4	108/09/30~ 108/10/06	行銷研究	
5	108/10/07~ 108/10/13	透視行銷環境	
6	108/10/14~ 108/10/20	維護行銷道德	
7	108/10/21~ 108/10/27	分析消費者行為	
8	108/10/28~ 108/11/03	分析組織購買行為	
9	108/11/04~ 108/11/10	分析競爭者發展策略	
10	108/11/11~ 108/11/17	期中考試週	
11	108/11/18~ 108/11/24	市場區隔目標與定位	
12	108/11/25~ 108/12/01	管理產品組合與新產品	
13	108/12/02~ 108/12/08	品牌經營	

14	108/12/09~ 108/12/15	產品行銷通路與訂價	
15	108/12/16~ 108/12/22	整合行銷與廣告	
16	108/12/23~ 108/12/29	小組報告與討論	
17	108/12/30~ 109/01/05	小組報告與討論	
18	109/01/06~ 109/01/12	期末考試週(本學期期末考試日期為:109/1/3-109/1/9)	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		行銷管理 曾光華著 前程文化	
參考文獻			
批改作業 篇數		5 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：40.0 % ◆其他〈 〉：    %	
備考		「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>	