

淡江大學 108 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLFXM1A		
系（所）教育目標			
一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。 二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。 三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：50.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
5. 獨立思考。(比重：50.00) 7. 團隊合作。(比重：50.00)			
課程簡介	本課程將引導同學思考中高階行銷管理者所必需具備之理論與概念,並了解如何將之應用於實際的行銷實務之中,進一步得以制定出縝密之行銷策略。		
	The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions they will face in middle-management positions. Besides, this course will put an emphasis on the application of marketing concepts, tools, and decision-making processes.		

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	本課程將引導同學思考中高階行銷管理者所必需具備之理論與概念,並了解如何將之應用於實際的行銷實務之中,進一步得以制定出縝密之行銷策略。 課	The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions they will face in middle-management positions. Besides, this course will put an emphasis on the application of marketing concepts, tools, and decision-making processes.

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	AD	57	講述、討論	測驗、報告(含口頭、書面)、模擬商業競賽

授課進度表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	108/09/09~ 108/09/15	Introduction	
2	108/09/16~ 108/09/22	模擬商業競賽(FB -Amazon) 說明與實務經驗座談分享	
3	108/09/23~ 108/09/29	T1: Scope of Marketing Management	
4	108/09/30~ 108/10/06	C2: Proposal and Feedback	
5	108/10/07~ 108/10/13	L1:Oversea Working experience sharing	
6	108/10/14~ 108/10/20	C3:Contest Final Presentation	
7	108/10/21~ 108/10/27	T2:Corporate Strategies	
8	108/10/28~ 108/11/03	C4:Contest Result and Feedback	
9	108/11/04~ 108/11/10	T3:Product Mix Strategies(BCG model)	
10	108/11/11~ 108/11/17	Midterm test	
11	108/11/18~ 108/11/24	L2:Trade marketind .vs. Brand Marketing	

12	108/11/25~ 108/12/01	T4:STP	
13	108/12/02~ 108/12/08	T5:4P Strategies	
14	108/12/09~ 108/12/15	Group Presentation	
15	108/12/16~ 108/12/22	Group Presentation	
16	108/12/23~ 108/12/29	Group Presentation	
17	108/12/30~ 109/01/05	元旦	
18	109/01/06~ 109/01/12	final test	
修課應 注意事項		上課參與與學習態度至為關鍵	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		reading assignments	
參考文獻		A Framework for Marketing Management 6ed, 2016 by Kotler and Keller	
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： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。	