

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	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	實體課程 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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>D. 具備分析及解決問題能力。(比重：50.00)</p> <p>E. 具備撰寫報告及論文能力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：40.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：40.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</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.

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	DE	135	講述、討論	測驗、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	課程介紹	
2	108/09/16~ 108/09/22	服務概論	
3	108/09/23~ 108/09/29	服務品質的缺口模型	
4	108/09/30~ 108/10/06	服務業的消費者行為	
5	108/10/07~ 108/10/13	顧客的服務期望	
6	108/10/14~ 108/10/20	顧客的服務認知	
7	108/10/21~ 108/10/27	透過研究傾聽顧客-調整至10/22 熊貓講座	有蓮聽
8	108/10/28~ 108/11/03	建立顧客關係	
9	108/11/04~ 108/11/10	服務補救	
10	108/11/11~ 108/11/17	Midterm exam-企業參訪 (葡萄王公司)	職域接軌雙軌挹注-參訪標竿企業
11	108/11/18~ 108/11/24	服務發展與設計	

12	108/11/25~ 108/12/01	顧客定義的服務標準	
13	108/12/02~ 108/12/08	員工在服務傳遞中的角色	
14	108/12/09~ 108/12/15	顧客在服務傳遞中的角色	
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	Group Presentation	
18	109/01/06~ 109/01/12	Final Exam--調整參加12/14 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		
教科書與 教材	黃鵬飛 譯, 服務行銷 (Zeithaml/ Services Marketing 4/e) 2008, 華泰書局		
參考文獻	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： 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。		