

淡江大學 108 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	施盛寶 SHIH, SHENG-PAO
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管三A	開課 資料	以實整虛課程 必修 單學期 3學分
	TLMXB3A		
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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：50.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
2. 資訊運用。(比重：50.00) 7. 團隊合作。(比重：50.00)			
課程簡介	本課程介紹行銷管理基礎理論與實務。課程內容包括：瞭解行銷管理、掌握行銷洞察力、連結顧客、建立強勢品牌、創造價值、傳遞價值、溝通價值、永續成功的行銷。		
	This course introduces the fundamental theories and practices of marketing management. Topics include Understanding Marketing Management, Capturing Marketing Insights, Connecting with Customers, Building Strong Brands, Shaping the Market Offerings, Delivering Value, Communicating Value, and Conducting Marketing Responsibly for Long-term Success.		

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	學生將能夠瞭解及應用行銷管理基礎理論與實務。	Student will be able to understand and apply the fundamental concepts 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	測驗、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 (採數位教學之週次，請填「線上非同步教學」)
1	109/03/02~ 109/03/08	課程介紹 + Ch 1. 界定新紀元的行銷	
2	109/03/09~ 109/03/15	Ch 1. 界定新紀元的行銷	線上非同步教學
3	109/03/16~ 109/03/22	Ch 2. 發展行銷策略與計畫	第一組報告
4	109/03/23~ 109/03/29	Ch 5. 建立長期忠誠關係	第二組報告
5	109/03/30~ 109/04/05	Ch 5. 建立長期忠誠關係	線上非同步教學
6	109/04/06~ 109/04/12	Ch 6. 分析消費者市場	第三組報告
7	109/04/13~ 109/04/19	Ch 9. 確認市場區隔與目標市場	第四組報告
8	109/04/20~ 109/04/26	Ch 9. 確認市場區隔與目標市場	線上非同步教學
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考試週	
10	109/05/04~ 109/05/10	Ch 10. 打造品牌定位	第五組報告
11	109/05/11~ 109/05/17	Ch 13. 設計產品策略	第六組報告
12	109/05/18~ 109/05/24	Ch 20. 大眾溝通的管理：廣告、促銷、事件與體驗及公共關係	第七組報告
13	109/05/25~ 109/05/31	Ch 21. 數位溝通的管理：線上、社群媒體與行動裝置	第八組報告

14	109/06/01~ 109/06/07	Ch 21. 數位溝通的管理：線上、社群媒體與行動裝置	線上非同步教學
15	109/06/08~ 109/06/14	Final Report I	
16	109/06/15~ 109/06/21	Final Report II	
17	109/06/22~ 109/06/28	期末考試週(本學期期末考試日期 為:109/6/18-109/6/24)	
18	109/06/29~ 109/07/05	教師彈性補充教學：行銷期末總複習	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		徐世同,楊景傳編譯, Philip Kotler & Kevin Lane Keller著, 行銷管理(15版) (2016), 華泰文化.	
參考文獻		Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, 15th edition, Pearson Education Limited.	
批改作業 篇數		12 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： % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %	
備 考		1. 「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。 2. 依「專科以上學校遠距教學實施辦法」第2條規定：「本辦法所稱遠距教學課程，指每一科目授課時數二分之一以上以遠距教學方式進行」。 3. 依「淡江大學數位教學施行規則」第3條第2項，本校遠距教學課程須為「於本校遠距教學平台或同步視訊系統進行數位教學之課程。授課時數包含課程講授、師生互動討論、測驗及其他學習活動之時數」。 4. 如有課程臨時異動(含遠距教學、以實整虛課程之上課時間及教室異動)，請依規定向教務處提出申請。 ※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。	