

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	蕭景元 CHING-YUAN HSIAO
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	風保二 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLOXB2A		
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	本課程將介紹行銷管理的基本概念， 內容包括產品市場區隔、 目標選擇、 品牌定位 (STP)、 行銷4P， 以及社群行銷等內容。		
	In this course, the lecturer will introduce the concepts of marketing, which include segmenting, targeting, and positioning (STP), 4Ps strategies, social media marketing, and other related issues.		

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	同學將理解行銷管理基本概念	Students will understand the basic concepts of marketing

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、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	109/03/02~ 109/03/08	課程介紹/第一章 行銷：創造與獲取顧客價值	
2	109/03/09~ 109/03/15	第二章 公司與行銷策略	
3	109/03/16~ 109/03/22	第三章 分析行銷環境	
4	109/03/23~ 109/03/29	第四章 管理行銷資訊以獲得顧客洞察	
5	109/03/30~ 109/04/05	兒童節提前 (放假)	
6	109/04/06~ 109/04/12	第五章 了解消費者與企業購買行為	
7	109/04/13~ 109/04/19	第六章 由顧客價值驅動之行銷策略	
8	109/04/20~ 109/04/26	第七章 產品、服務與品牌：建立顧客價值	
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考試週	
10	109/05/04~ 109/05/10	第八章 發展新產品與管理產品生命週期	
11	109/05/11~ 109/05/17	第九章 訂價：了解與獲取顧客價值	
12	109/05/18~ 109/05/24	第十章 行銷通路：傳遞顧客價值	
13	109/05/25~ 109/05/31	第十二章 廣告與公共關係	

14	109/06/01~ 109/06/07	第十四章 直效、線上、社群媒體與行動行銷/ 課堂小考	
15	109/06/08~ 109/06/14	分組報告	
16	109/06/15~ 109/06/21	期末考試週(本學期期末考試日期為:109/6/18-109/6/24)	
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	
修課應注意事項		1.平時評量以出席率、小考及課堂參與程度為主要評分依據。 2.期中評量以開書考 (open book) 期中考試進行，同學可攜帶教科書及任何書面資料，惟考試時不得使用智慧型手機、筆記型電腦等可用以通訊及查找資料之電子設備。 3.期末評量將以分組報告進行，同學需就指定產業挑選二家廠商，並以挑選廠商之官方網頁、社群媒體粉絲專頁等內容為依據，進行STP分析報告。預計於最後二週由各組同學上台發表，並於期末考週前繳交書面報告，詳細內容將於開學第一週說明。 4.請維持上課秩序，課程進行時，手機及電子通訊設備請調為靜音。 5.教師保有調整課程進度及章節之權利。	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與教材		李元恕、丁美靜、王郁彬等編譯 (2019), 行銷學, 第13版, 華泰文化	
參考文獻			
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： % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆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。	