

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷與生活	授課 教師	蔡錕銘 TSAI HOUNG MING
	MARKETING AND LIFE		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGLXB0A		
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>1. 全球視野。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：60.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：10.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程取材以強化生活經驗與行銷知識的聯結，進而提升學生的學習興趣為原則。以生活化或知名的國內案例連接每章內容；藉由講述與討論使年輕學子體驗到有趣及切身的行銷實務或現象；讓學生更能親近行銷學理與實務。</p>		
	<p>This lesson comes from the relationship of life experience and marketing knowledge. Our principle is to motivate students' interests toward marketing management. In order to achieve that, chapters include many famous cases or something happened among our life, and we will teach lots interesting practices or phenomenon.</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	本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。	A systematical approach to analyze marketing management theory, its applications, and key concept. Cases in or outside Taiwan, and life experience will also be introduced the help the understanding of theory. After all the students' interest can be motivated and their ability of solving marketing problems can be improved.

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	1458	講述、體驗	測驗、作業

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/09/14~ 109/09/20	瞭解行銷的意義與內涵	
2	109/09/21~ 109/09/27	透視行銷環境	
3	109/09/28~ 109/10/04	維護行銷道德	
4	109/10/05~ 109/10/11	執行行銷研究	
5	109/10/12~ 109/10/18	分析消費者行為	
6	109/10/19~ 109/10/25	分析組織購買行為	
7	109/10/26~ 109/11/01	市場區隔、目標市場與定位	
8	109/11/02~ 109/11/08	產品與新產品	
9	109/11/09~ 109/11/15	經營品牌	
10	109/11/16~ 109/11/22	期中考試週	
11	109/11/23~ 109/11/29	發展服務與體驗行銷	
12	109/11/30~ 109/12/06	價格策略	

13	109/12/07~ 109/12/13	行銷通路管理	
14	109/12/14~ 109/12/20	零售、批發與物流	
15	109/12/21~ 109/12/27	推廣的意義與目標	
16	109/12/28~ 110/01/03	推廣工具	
17	110/01/04~ 110/01/10	總結	
18	110/01/11~ 110/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項	期中、期末評量均以測驗題輔以簡答題形式評量		
教學設備	投影機		
教科書與 教材	曾光華，行銷管理概論，前程文化，2014年11月出版		
參考文獻	李培齊、蔡政言、孫嘉祈著，行銷學概要，滄海書局，2017年4月初版 相關的新聞報導及網路相關的案例 曾光華、饒怡雲，行銷學原理，前程文化事業有限公司，四版，2014/08/01。		
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：       %   ◆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： <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>		