

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	新農業行銷	授課 教師	吳耀邦 YAO-PANG WU
	NEW AGRICULTURE MARKETING		
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>C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：50.00)</p> <p>D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：30.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：40.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：20.00)</p>			
課程簡介	<p>1.以農產品為出發點,探討如何符合現代消費者需求,創造成功的行銷模式.</p> <p>2.以行銷學中的Product,Place,Price,Promotion等四要素,進行研究.</p> <p>3.引用國內外成功案例,提供學生進一步了解農產品如何運用行銷4P,創造成功的經營模式.</p> <p>4.以學期中所學之行銷知識,融合實際農產品營銷運作,探討如何將傳統農產品賦予創新行銷,帶給消費者不同觀感,並創造企業利潤,提交期中及期末報告.</p>		
	<p>1. Discuss how to meet the needs of modern consumers and create a successful model in agricultural products.</p> <p>2. Conduct research and analysis 4P of marketing knowledge.</p> <p>3. How agricultural products can successfully create successful business models by Taiwan and worldwide cases.</p> <p>4. For the mid-term and final reports, base on the knowledge learned from classes to integrate actual marketing operations and find out innovative strategies for bringing new perceptions to consumers, and creating profits .</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	認識農產品新市場	Explore the new market for agricultural productse
2	創新行銷模式	Hot to adapt innovative marketing model
3	發現台灣農業競爭力	Discover the competitiveness of Taiwan's agriculture

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	CD	3678	講述、討論、發表、實作	作業、實作、報告(含口頭、書面)
2	認知	CD	367	講述、討論、發表	作業、實作、報告(含口頭、書面)
3	認知	CD	367	講述、發表、實作	作業、實作、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	109/09/14~ 109/09/20	產品規劃Part1 (Product of Marketing 4P)	
2	109/09/21~ 109/09/27	產品規劃(國外案例探討)	
3	109/09/28~ 109/10/04	產品規劃Part2 (Product of Marketing 4P)	
4	109/10/05~ 109/10/11	產品規劃(國內案例探討)	
5	109/10/12~ 109/10/18	市場分析Part1 (Place of Marketing 4P)	
6	109/10/19~ 109/10/25	市場分析(國外案例探討)	
7	109/10/26~ 109/11/01	市場分析Part2 (Place of Marketing 4P)	
8	109/11/02~ 109/11/08	市場分析(國內案例探討)	
9	109/11/09~ 109/11/15	定價策略Part1 (Price of Marketing 4P)	
10	109/11/16~ 109/11/22	期中考試週	

11	109/11/23~ 109/11/29	定價策略(國外案例探討)	
12	109/11/30~ 109/12/06	定價策略Part2 (Price of Marketing 4P)	
13	109/12/07~ 109/12/13	定價策略(國內案例探討)	
14	109/12/14~ 109/12/20	推廣方式Part1 (Promtion of Marketing 4P)	
15	109/12/21~ 109/12/27	推廣方式(國外案例探討)	
16	109/12/28~ 110/01/03	推廣方式Part2 (Promtion of Marketing 4P)	
17	110/01/04~ 110/01/10	推廣方式(國內案例探討)	
18	110/01/11~ 110/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項	平時評量為兩次報告(10/19)及(12/21)佔學期分數30% 期中評量:個人報告佔學期分數20%(11/16) 期末報告:分組報告佔學期分數30%(1/16) 全學期無故缺課滿6次,無法取得學分		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材			
參考文獻	課程中提供講義、文件或者影片供學生參考		
批改作業 篇數	4 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：30.0 %    ◆期中評量：    % ◆期末評量：    % ◆其他〈期中報告(20%)期末報告(30%)〉：50.0 %		
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>		