

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷策略與實務	授課 教師	曾威智 WEI-CHIH TSENG
	MARKETING STRATEGIES AND PRACTICE		
開課系級	國企系進學四 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFXE4A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：30.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：25.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：15.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：30.00)</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：30.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：50.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程除了讓初學者對於行銷與行銷研究相關知識和理論有所瞭解外，也希望訓練學習者邏輯思考及表達能力，希望同學能激起對行銷領域的興趣，並能學以致用。</p>		
	<p>This course not only teach students to realize knowledge and theory of marketing and marketing research, but also hope that students can cultivate logical thinking and ability of expression. Besides, students can interest in the fields of marketing, and can apply their knowledge.</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	行銷與行銷研究相關概念與相關理論知識	Basic understanding of concept and theories of marketing and marketing research.
2	對行銷領域的興趣，並能學以致用	Students can interest in the fields of marketing, and can apply their knowledge.

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	ABCD	125	講述	測驗、作業
2	情意	ABCD	125	討論、實作	作業、討論(含課堂、線上)、實作

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/09/14~ 109/09/20	課程說明	
2	109/09/21~ 109/09/27	從行銷觀念來了解、創造與獲取顧客價值	
3	109/09/28~ 109/10/04	管理行銷資訊以增進顧客洞察	
4	109/10/05~ 109/10/11	顧客驅動的行銷策略	
5	109/10/12~ 109/10/18	行銷研究是什麼?為何要進行銷研究	
6	109/10/19~ 109/10/25	找出一個好的行銷研究題目	
7	109/10/26~ 109/11/01	行銷初級與次級資料	
8	109/11/02~ 109/11/08	行銷策略分析工具	
9	109/11/09~ 109/11/15	質化研究與資料的蒐集	
10	109/11/16~ 109/11/22	期中考試週	
11	109/11/23~ 109/11/29	行銷研究的問卷設計	
12	109/11/30~ 109/12/06	抽樣、調查法	

13	109/12/07~ 109/12/13	線上問卷	
14	109/12/14~ 109/12/20	問卷編碼與分析	
15	109/12/21~ 109/12/27	行銷研究報告撰寫與報告	
16	109/12/28~ 110/01/03	期末小組報告1	
17	110/01/04~ 110/01/10	期末小組報告2	
18	110/01/11~ 110/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項	以上課程大綱會依實際上課狀況作調整		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材			
參考文獻	林呈昱(2019), 行銷研究：大數據與傳統行銷工具的結合, 華泰：台北。 黃俊英(2012), 行銷研究概論, 華泰：台北。 李元恕(2017), 「行銷學」第13E版, 華泰：台北。譯自G. Armstrong and P. Kotler, Marketing : An Introduction 13e, Pearson Education Limited		
批改作業 篇數	2 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。		