

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	白滌清 DI-CHING PAI
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLAXM1A		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、開發研究潛力。</p> <p>二、整合多元領域。</p> <p>三、重視倫理道德。</p> <p>四、建立國際視野。</p> <p>五、養成宏觀未來。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 具備商管專業的進階知識。(比重：50.00)</p> <p>D. 展現團隊與人際溝通能力。(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：25.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：25.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：25.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：25.00)</p>			
課程簡介	<p>隨著企業的變革演進，行銷為企業營運的重要主軸，同時會影響企業的願景、使命與策略規劃。行銷的內涵包含了目標顧客的設定，顧客需要的滿足，產品與服務的提供，價格的設定，通路配送的運用與夥伴的開發，以及推廣與顧客的溝通。</p>		
	<p>As companies change, so does their marketing organization. Marketing is no longer a company department charged with a limited number of tasks—it is a company-wide undertaking. It drives the company's vision, mission, and strategic planning. Marketing includes decisions like who the company wants as its customers; which of their needs to satisfy; what products and services to offer; what prices to set; what channels of distribution to use; what communications to send and receive; and what partnerships to develop.</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	瞭解行銷管理,洞悉市場動態	Understanding marketing management; Capturing marketing insights

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	AD	1257	講述	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	109/09/14~ 109/09/20	1 行銷：創造顧客價值與參與	
2	109/09/21~ 109/09/27	2 公司與行銷策略	
3	109/09/28~ 109/10/04	3 分析行銷環境	
4	109/10/05~ 109/10/11	4 管理行銷資訊以獲得顧客洞察力	
5	109/10/12~ 109/10/18	5 消費者市場與購買者行為	
6	109/10/19~ 109/10/25	6 顧客導向行銷策略：為目標顧客創造價值	
7	109/10/26~ 109/11/01	7 產品、服務與品牌：建立顧客價值	
8	109/11/02~ 109/11/08	8 新產品發展與產品生命週期策略	
9	109/11/09~ 109/11/15	9 訂價策略：了解與掌握顧客價值	
10	109/11/16~ 109/11/22	期中考試週	
11	109/11/23~ 109/11/29	10 行銷通路：傳遞顧客價值	
12	109/11/30~ 109/12/06	11 零售與批發	
13	109/12/07~ 109/12/13	12 溝通顧客價值：整合行銷溝通策略	

14	109/12/14~ 109/12/20	13 廣告與公共關係、14 人員銷售與銷售促進	
15	109/12/21~ 109/12/27	15 直效、網路、社群媒體和行動通訊行銷	
16	109/12/28~ 110/01/03	繳交期末報告、分組簡報	
17	110/01/04~ 110/01/10	繳交期末報告、分組簡報	
18	110/01/11~ 110/01/17	繳交期末報告、分組簡報	
修課應 注意事項	<p>(一)主動積極： 1.閱讀商管相關文章與報導 2.隨時觀察行銷活動及廣告</p> <p>(二)教室規則： 1.不穿拖鞋、鼓勵服儀整潔。 2.不聊天及製造噪音、鼓勵主動發問。 3.不飲食超過5分鐘、鼓勵生活自律。 4.學習應對進退，尊師重道友愛同學。</p> <p>(三)分組報告 1.全員到齊 2.遵守教室規則</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	行銷管理，廖淑伶、馬友蕙 編譯，2016。高立圖書（業務代表：劉家宏 0921-456018）。 Principles of Marketing (17e), Philip Kotler, Gary Armstrong, 2018（業務代表：劉家宏 0921-456018）。		
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	<p>◆出席率： 20.0 %   ◆平時評量：30.0 %   ◆期中評量：       %</p> <p>◆期末評量：       %</p> <p>◆其他〈期末報告〉：50.0 %</p>		
備考	<p>「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。</p> <p><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></p>		