

淡江大學 109 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	李春南 LEE CHUN-NAN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金二B	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLBXB2B		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG10 減少不平等 SDG17 夥伴關係		
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	本課程目的在藉由基礎行銷管理的理論介紹，透過實際案例的討論、說明與練習，以熟悉行銷世界的趨勢與脈動；學習行銷管理的各種程序與如何利用行銷工具，以增加消費者數量與改善消費者滿意度，進而達成企業經營的目標。		

	In this course, you will learn the fundamentals of marketing management and operation process through real world business examples, illustrations, cases and exercises to catch the marketing management development and trend. You will learn how marketing management processes and tools can be used to increase customer base and improve customer satisfaction finally to achieve company business goals and values.
--	---

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	提供學生具備行銷管理的專業知識	Building a basic understanding of key concepts in marketing management
2	培育學生具備企劃與專業分析思考能力，並運用行銷理論與技能以完成行銷規劃作業	Applying marketing theory and skills training to complete marketing plan with business planning and analysis capability

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、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	情意	AB	27	講述、討論、發表	測驗、作業、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	110/02/22~110/02/28	行銷導論 & 市場導向的策略管理	
2	110/03/01~110/03/07	分析行銷環境 & 管理行銷資訊以獲得顧客洞察	
3	110/03/08~110/03/14	了解消費者與企業購買行為 & 顧客價值	
4	110/03/15~110/03/21	直效、線上、社群媒體和行動行銷	
5	110/03/22~110/03/28	產品、服務與品牌	
6	110/03/29~110/04/04	OFF	
7	110/04/05~110/04/11	發展新產品與管理產品生命週期	

8	110/04/12~ 110/04/18	訂價	
9	110/04/19~ 110/04/25	行銷通路	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	零售與批發	
12	110/05/10~ 110/05/16	溝通顧客價值：廣告與公共關係	
13	110/05/17~ 110/05/23	人員銷售與促銷	
14	110/05/24~ 110/05/30	數位行銷	
15	110/05/31~ 110/06/06	數位行銷	
16	110/06/07~ 110/06/13	期末簡報	
17	110/06/14~ 110/06/20	期末簡報	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項	1.每周皆會以書本與國內外實際行銷案例進行研討，鼓勵同學發言討論與激發三創(創新、創意、創業) 2.引導同學如何做好簡報以及如何準備簡報資料的內容 3.修課同學需加入臉書粉絲團以便隨時接收產業與行銷和廣告訊息 4.本課程以一般行銷管理理論為基礎，搭配數位行銷做為實際應用，課程內容會涵蓋人工智慧、大數據、手機等相關行銷內容		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	1.曾光華，行銷管理：理論解析與實務應用(第八版)，2020年8版，前程出版。 2.林建煌，行銷管理，華泰文化，2020年(8版)。		
參考文獻	樂斌、陳苡任，網路行銷：理論、實務與證照(第三版)，2020年。		
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：10.0 % ◆平時評量：15.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈互動討論、平時報告〉：15.0 %		
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。		