

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	張心瑜 CHANG, HSINYU
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管三 C	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLMXB3C		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施		
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>2. 資訊運用。(比重：50.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：50.00)</p>			
課程簡介	<p>隨著全球化步伐的加快，美國經濟衰退對各國經濟的連鎖反應，以出口為成長動力的亞洲正面臨嚴峻的政治、經濟、企業各方面結構轉型。亞洲企業面對的競爭環境將有很大的變化。他們除了需要在國內市場面對本地與外來廠商的競爭，而在國外也必須面對來自世界各地企業的挑戰。處在這種劇烈轉變的經營環境中，企業人士必須能掌握現代的行銷技巧與策略，才能達到企業永續經營的目標。</p>		

	The objectives of this course are threefold: (1) to develop students ability to identify marketing problems and opportunities, (2) to deepen students understanding about strategic issues such as competitive analysis, product positioning, target markets selection, and making decisions with right blend of marketing 4Ps, and (3) to analyze current business events in the context of established marketing principles.
--	--

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	此課程偏重于引導明瞭行銷(營銷)在企業運作中所扮演的重要角色, 分析如何進行環境掃描與行銷調研來洞悉細分市場戰略, 新產品開發與多元化戰略。課程將討論如何採用適當的行銷組合策略, 以協助企業在市場上提高本身的市場占有率, 以贏取更高的利潤。	This marketing management course is a survey course designed to provide the students with an understanding of the basic concepts of marketing management and experience in making marketing decisions.

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	作業、討論(含課堂、線上)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	110/02/22~ 110/02/28	課程介紹	
2	110/03/01~ 110/03/07	行銷管理的定義	
3	110/03/08~ 110/03/14	行銷價值與顧客關係	
4	110/03/15~ 110/03/21	行銷策略與行銷計畫	
5	110/03/22~ 110/03/28	執行行銷研究	
6	110/03/29~ 110/04/04	兒童節補假一天	
7	110/04/05~ 110/04/11	維護行銷道德	
8	110/04/12~ 110/04/18	檢視行銷環境	

9	110/04/19~ 110/04/25	期中考前總複習	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	分析消費者行為	
12	110/05/10~ 110/05/16	分析組織購買行為	
13	110/05/17~ 110/05/23	分析競爭者與發展競爭策略	
14	110/05/24~ 110/05/30	發展市場區隔、目標市場與定位	
15	110/05/31~ 110/06/06	管理產品與推出新產品	
16	110/06/07~ 110/06/13	經營品牌	
17	110/06/14~ 110/06/20	期末考總複習	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		行銷管理。華泰文化事業股份有限公司。Philip Kotler Kevin Lane Keller。譯者：徐世同、楊景博。出版日期：2017年1月。15版 行銷管理：理論解析與實務應用。滄海圖書。曾光華著。出版日期：2020年9月第八版。	
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		◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆其他〈 〉： %	
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。	