

淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷專題研討	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	SEMINAR ON MARKETING		
開課系級	國創一碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLFBJ1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
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：40.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：60.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>5. 獨立思考。(比重：40.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：60.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程將透過業者專家分享成功的行銷管理與相關行銷策略制定過程中重要的理論與概念，並進一步引導同學思考這些重要的理論與概念如何應用於實際的案例及個案之中，並剖析重要的行銷活動動是場經營之影響。</p>		
	<p>This course will help students understand how to make important marketing decisions which they will face in middle-management positions. We are going to invite many speakers from various background to talk about how they make those crucial decisions, tools, and decision-making processes.</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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories, and have the abilities to make better marketing strategy 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	AD	57	講述、討論	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	Introduction	
2	110/03/01~ 110/03/07	Case study: Scope of Marketing Management	
3	110/03/08~ 110/03/14	業師講座與研討1: 故事行銷	
4	110/03/15~ 110/03/21	業師講座與研討2: 鑒2008知2021	
5	110/03/22~ 110/03/28	業師講座與研討3: 消費者洞察與價值增長	
6	110/03/29~ 110/04/04	教學觀摩週	
7	110/04/05~ 110/04/11	業師講座與研討4: IMC案例分享	
8	110/04/12~ 110/04/18	業師講座與研討5: 後疫情時代之消費行為觀察	
9	110/04/19~ 110/04/25	業師講座與研討6: 從互聯網發展趨勢談零售通路之演進	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中報告	
11	110/05/03~ 110/05/09	業師講座與研討7: 跨文化廣告案例剖析	
12	110/05/10~ 110/05/16	業師講座與研討8: 虛實通路整合之實務經驗分享	

13	110/05/17~ 110/05/23	業師講座與研討9: CXO管理心法分享	
14	110/05/24~ 110/05/30	業師講座與研討主題10: 管理個案研討1	
15	110/05/31~ 110/06/06	業師講座與研討主題 11: 中美貿易之後續	
16	110/06/07~ 110/06/13	業師講座與研討主題 12: 管理個案研討2	
17	110/06/14~ 110/06/20	Final Review	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末報告	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機、其它(業師分享)	
教科書與 教材		Reading Assignments	
參考文獻		Marketin Management Strategies 6ed. by Ferrell and Hartline Consumer Behavior , by Blackwell, Miniard, and Engle 10ed.	
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： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈報告成績及課堂參與〉：70.0 %	
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。	