

## 淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	梁德昭 LIANG TE-CHAO
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLMXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產		
系 ( 所 ) 教育目標			
致力於資訊科技與經營管理知識之科際整合研究發展，為國家與社會培育兼具資訊技術能力與現代管理知識的中高階人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 現代管理知識應用。(比重：50.00) D. 結合資訊技術與管理。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：30.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00)			
課程簡介	本課程先以行銷管理的基本認識開始介紹一般的行銷觀念。重點將著重於電子化行銷 (E-Marketing)的規劃與管理。		
	This course will beginning with introducing the fundamental concepts of Marketing Management, then will major focus on the E-Marketing, including planning and management.		

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	具備基本行銷管理的認識，進而在電子行銷上做深入探討。	Have the basic knowledge of Marketing Management and furthermore can do deeply study on the E-Marketing.

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	1235	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 to Marketing Management	
2	110/03/01~ 110/03/07	Strategic E-Marketing and Performance Metrics	
3	110/03/08~ 110/03/14	The E-Marketing Plan	
4	110/03/15~ 110/03/21	Global E-Markets 3.0	
5	110/03/22~ 110/03/28	Ethic and Legal Issues	
6	110/03/29~ 110/04/04	E-Marketing Research	
7	110/04/05~ 110/04/11	Connected Consumers Online	
8	110/04/12~ 110/04/18	Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies	
9	110/04/19~ 110/04/25	E-Marketing Management	
10	110/04/26~ 110/05/02	Product: The Online Offer	
11	110/05/03~ 110/05/09	Price: The Online Value	
12	110/05/10~ 110/05/16	Place: The Internet for Distribution	
13	110/05/17~ 110/05/23	Promotion and Communication of E-Marketing	

14	110/05/24~ 110/05/30	E-Marketing Communication: Owned Media	
15	110/05/31~ 110/06/06	E-Marketing Communicaion: Paid Media	
16	110/06/07~ 110/06/13	E-Marketing Communication: Earned Media	
17	110/06/14~ 110/06/20	Customer Relationship Management	
18	110/06/21~ 110/06/27	Summary and Discussion	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		E-Marketing, by Judy Strauss and Raymond Frost, 華泰代理	
參考文獻		網路行銷概論 E-Marketing, 華泰文化	
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：            %   ◆平時評量：40.0 %   ◆期中評量：            % ◆期末評量：60.0 % ◆其他〈 〉：            %	
備考		「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。 <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>	