

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	新農業行銷	授課 教師	吳耀邦 WU,YAO-PANG
	NEW AGRICULTURE MARKETING		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TGLXB0A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產		
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			
C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：50.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
3. 洞悉未來。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：30.00) 7. 團隊合作。(比重：40.00) 8. 美學涵養。(比重：20.00)			
課程簡介	1.以農產品為出發點,探討如何符合現代消費者需求,創造成功的行銷模式。 2.以行銷學中的Product,Place,Price,Promotion等四要素,進行研究。 3.引用國內外成功案例,提供學生進一步了解農產品如何運用行銷4P,創造成功的經營模式。 4.以學期中所學之行銷知識,融合實際農產品營銷運作,探討如何將傳統農產品賦予創新行銷,帶給消費者不同觀感,並創造企業利潤,提交期中及期末報告。		

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Discuss how to meet the needs of modern consumers and create a successful model in agricultural products. 2. Conduct research and analysis 4P of marketing knowledge. 3. How agricultural products can successfully create successful business models by Taiwan and worldwide cases. 4. For the mid-term and final reports, base on the knowledge learned from classes to integrate actual marketing operations and find out innovative strategies for bringing new perceptions to consumers, and creating profits .
--	--

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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 認識農產品新市場 2. 創新行銷模式 3. 發現台灣農業競爭力 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explore the new market for agricultural products 2. Hot to adapt innovative marketing model 3. Discover the competitiveness of Taiwan's agriculture

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	CD	3678	講述、討論、發表、實作	作業、實作、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	110/09/22~ 110/09/28	產品規劃Part1 (Product of Marketing 4P)	
2	110/09/29~ 110/10/05	產品規劃(案例探討)	
3	110/10/06~ 110/10/12	產品規劃Part2 (Product of Marketing 4P)	
4	110/10/13~ 110/10/19	產品規劃(案例探討)	
5	110/10/20~ 110/10/26	市場分析Part1 (Place of Marketing 4P)	
6	110/10/27~ 110/11/02	市場分析(案例探討)	
7	110/11/03~ 110/11/09	市場分析Part2 (Place of Marketing 4P)	
8	110/11/10~ 110/11/16	市場分析(案例探討)	
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	

10	110/11/24~ 110/11/30	定價策略Part1 (Price of Marketing 4P)	
11	110/12/01~ 110/12/07	定價策略(案例探討)	
12	110/12/08~ 110/12/14	定價策略Part2 (Price of Marketing 4P)	
13	110/12/15~ 110/12/21	定價策略(案例探討)	
14	110/12/22~ 110/12/28	推廣方式Part1 (Promtion of Marketing 4P)	
15	110/12/29~ 111/01/04	推廣方式Part2 (Promtion of Marketing 4P)	
16	111/01/05~ 111/01/11	推廣方式(案例探討)	
17	111/01/12~ 111/01/18	期末考試週	
18	111/01/19~ 111/01/25		
修課應 注意事項	1.期中評量:期中分組報告佔學期分數25%(2021.11.18) 2.期末報告:期末分組報告佔學期分數25%(2022.01.13) 3.全學期無故缺課滿6次,無法取得學分 4.學期報告均以分組方式撰寫,學期開始前兩週,學生自行完成編組,每組成員4-6人 5.平時評量以學生課堂主動及積極參與表現為主		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	每堂課以老師編撰投影片及教材為主		
參考文獻	主要參考書籍:華泰文化出版 Kotler等著 謝文雀編譯 行銷管理		
批改作業 篇數	2 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: 40.0 % ◆平時評量:10.0 % ◆期中評量:25.0 % ◆期末評量:25.0 % ◆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。		