

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	吳文彬 WU WEN-PIN
	MARKETING		
開課系級	產經四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLEXB4P		
課程與SDGs 關聯性	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			
<p>一、奠定產業經濟專業。</p> <p>二、強化多元知識學習。</p> <p>三、培養研究分析能力。</p> <p>四、提升品德倫理修養。</p> <p>五、拓展全球宏觀視野。</p> <p>六、鍛造產業領導人才。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>C. 能具備跨領域之多元專業知識與終身學習的能力。(比重：50.00)</p> <p>E. 能將經濟理論與實務結合，以提升競爭力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：50.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：10.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程主要介紹行銷學理論之主要架構與實務上之應用，包含行銷之意涵、行銷環境之觀察、行銷上之四P(產品、價格、通路及推廣)、服務業行銷等相關概念。</p>		

	The objects of marketing are to introduce the application of concepts, tools and procedures employed by marketing managers . Specific attention is given to Products development, channel selection and management, price setting and promotion development.
--	--

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	本課程主要介紹行銷學理論之主要架構與實務上之應用，包含行銷之意涵、行銷環境之觀察、行銷上之四P(產品、價格、通路及推廣)、服務業行銷等相關概念。	The objects of marketing are to introduce the application of concepts, tools and procedures employed by marketing managers . Specific attention is given to Products development, channel selection and management, price setting and promotion development.

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	CE	1257	講述、討論	測驗、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	110/09/22~ 110/09/28	課程介紹及上課方式說明	
2	110/09/29~ 110/10/05	第一章 行銷：創造顧客價值與參與	
3	110/10/06~ 110/10/12	第三章 行銷環境	
4	110/10/13~ 110/10/19	第五章 消費者市場與購買行為	
5	110/10/20~ 110/10/26	第五章 消費者市場與購買行為	
6	110/10/27~ 110/11/02	第六章 顧客導向行銷策略	
7	110/11/03~ 110/11/09	第六章 顧客導向行銷策略	
8	110/11/10~ 110/11/16	複習	
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24~ 110/11/30	第七章 產品、服務與品牌	

11	110/12/01~ 110/12/07	第七章 產品、服務與品牌	
12	110/12/08~ 110/12/14	第八章 價格訂定	
13	110/12/15~ 110/12/21	第八章 價格訂定	
14	110/12/22~ 110/12/28	第九章 行銷通路	
15	110/12/29~ 111/01/04	第十章 零售與批發	
16	111/01/05~ 111/01/11	複習	
17	111/01/12~ 111/01/18	期末考週	
18	111/01/19~ 111/01/25	自主學習	
修課應 注意事項	出席率佔總成績之30%，按缺席次數依等差級數扣分。全學期超過五次(含五次)點名未到者，期末考扣考。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	待確認		
參考文獻	行銷學原理 黃俊英著 新消費者心理學 陳琇玲譯		
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：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。		