

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	吳鳳儀 WU, FENGYI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二B	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLCXE2B		
課程與SDGs 關聯性	SDG17 夥伴關係		
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>本課程之目的在介紹行銷管理領域中，有關的基本概念與應用及管理在規劃營運活動中所採行的策略等。經由理論講述及範例探討之方式，以建立同學對於行銷管理之瞭解與興趣。課程內容不牽涉任何公式或計算，以管理運用為原則，以利同學瞭解行銷管理的涵義及實務應用的關聯性。</p>		

	The purpose of this course is to introduce the basic concepts of marketing management field, relevant basic conception and application, enterprise conduct planning activity to select method. It's via of way the theory and discuss example, in order to set up classmate's understanding and interest to marketing management. The course content does not involve any formula or calculation, take managing and using as the principle, let classmate understand with favorable marketing management conditions and whom enterprise run getting related.
--	--

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	1.探討行銷的理論與應用。 2.強調重要觀念的解析。 3.以國內外實例解釋學理的實務價值。	1. The course explored the theory and application of marketing. 2. The course emphasize that analysis of important concepts. 3. The course explain the practical value of academic theory with domestic and foreign examples.

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	測驗、作業、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	110/09/22~ 110/09/28	課程介紹(1)行銷導論	
2	110/09/29~ 110/10/05	(2)市場導向的策略管理	分組確認
3	110/10/06~ 110/10/12	(3)行銷環境(4)行銷資訊與行銷研究	分組報告
4	110/10/13~ 110/10/19	(5)消費者市場	分組報告
5	110/10/20~ 110/10/26	(6)組織市場(7)市場區隔	分組報告
6	110/10/27~ 110/11/02	(8)產品管理	分組報告
7	110/11/03~ 110/11/09	(9)新產品	分組報告

8	110/11/10~ 110/11/16	(10)服務行銷	分組報告
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24~ 110/11/30	(11)訂價概念	分組報告
11	110/12/01~ 110/12/07	(12)制定價格	分組報告
12	110/12/08~ 110/12/14	(13)行銷通路(14)零售與批發	分組報告
13	110/12/15~ 110/12/21	(15)推廣策略	分組報告
14	110/12/22~ 110/12/28	(16)廣告(17)人員銷售	分組報告
15	110/12/29~ 111/01/04	(18)促銷	分組報告
16	111/01/05~ 111/01/11	(19)行銷執行	分組報告
17	111/01/12~ 111/01/18	(20)網路行銷	分組報告
18	111/01/19~ 111/01/25	期末考試週	
修課應 注意事項	1.請使用正版教科書，勿不法影印書籍資料。 2.每組成員為2-3人。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	行銷管理Marketing Management。著者：林建煌，出版日期：2020年4月(8版) ISBN：978-957-43-7428-1		
參考文獻	行銷期刊及雜誌		
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： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。		