

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	白滌清 DI-CHING PAI
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLAXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、開發研究潛力。 二、整合多元領域。 三、重視倫理道德。 四、建立國際視野。 五、養成宏觀未來。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 具備商管專業的進階知識。(比重：50.00) D. 展現團隊與人際溝通能力。(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：25.00) 2. 資訊運用。(比重：25.00) 5. 獨立思考。(比重：25.00) 7. 團隊合作。(比重：25.00)			
課程簡介	隨著企業的變革演進，行銷為企業營運的重要主軸，同時會影響企業的願景、使命與策略規劃。行銷的內涵包含了目標顧客的設定，顧客需要的滿足，產品與服務的提供，價格的設定，通路配送的運用與夥伴的開發，以及推廣與顧客的溝通。		

	As companies change, so does their marketing organization. Marketing is no longer a company department charged with a limited number of tasks—it is a company-wide undertaking. It drives the company's vision, mission, and strategic planning. Marketing includes decisions like who the company wants as its customers; which of their needs to satisfy; what products and services to offer; what prices to set; what channels of distribution to use; what communications to send and receive; and what partnerships to develop.
--	---

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	瞭解行銷管理,洞悉市場動態	Understanding marketing management; Capturing marketing insights

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	1257	講述	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	Introduction	
2	110/09/29~ 110/10/05	Chapter 1 MARKETING: CREATING CUSTOMER VALUE AND ENGAGEMENT	
3	110/10/06~ 110/10/12	Chapter 2 COMPANY AND MARKETING STRATEGY: PARTNERING TO BUILD CUSTOMER ENGAGEMENT, VALUE, AND RELATIONSHIPS	
4	110/10/13~ 110/10/19	Chapter 3 ANALYZING THE MARKETING ENVIRONMENT	
5	110/10/20~ 110/10/26	Chapter 4 MANAGING MARKETING INFORMATION TO GAIN CUSTOMER INSIGHTS	
6	110/10/27~ 110/11/02	Chapter 5 CONSUMER MARKETS AND BUYER BEHAVIOR	
7	110/11/03~ 110/11/09	Chapter 6 BUSINESS MARKETS AND BUSINESS BUYER BEHAVIOR	
8	110/11/10~ 110/11/16	中英期刊報告與評論、Chapter 7 CUSTOMER VALUE-DRIVEN MARKETING STRATEGY: CREATING VALUE FOR TARGET CUSTOMERS	

9	110/11/17~ 110/11/23	中英期刊報告與評論、Chapter 8 PRODUCTS, SERVICES, AND BRANDS: BUILDING CUSTOMER VALUE	
10	110/11/24~ 110/11/30	中英期刊報告與評論、Chapter 9 DEVELOPING NEW PRODUCTS AND MANAGING THE PRODUCT LIFE CYCLE	
11	110/12/01~ 110/12/07	中英期刊報告與評論、Chapter 10 PRICING: UNDERSTANDING AND CAPTURING CUSTOMER VALUE	
12	110/12/08~ 110/12/14	中英期刊報告與評論、Chapter 11 PRICING STRATEGIES: Additional Considerations	
13	110/12/15~ 110/12/21	中英期刊報告與評論、Chapter 12 MARKETING CHANNELS: DELIVERING CUSTOMER VALUE	
14	110/12/22~ 110/12/28	中英期刊報告與評論、Chapter 13 RETAILING AND WHOLESALING	
15	110/12/29~ 111/01/04	中英期刊報告與評論、Chapter 14 ENGAGING CONSUMERS and COMMUNICATING CUSTOMER VALUE: INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY	
16	111/01/05~ 111/01/11	中英期刊報告與評論	
17	111/01/12~ 111/01/18	繳交期末期刊評論報告、期末考	
18	111/01/19~ 111/01/25	簡報	
修課應注意事項		一、實體上課採固定座位、固定成員方式進行，並落實實聯制。上課時師生應全程佩戴口罩且落實手部消毒，上課期間禁止飲食，禁止私下交談。 二、教室規則：不穿拖鞋、不聊天及製造噪音、不飲食。 三、學習應對進退，尊師重道友愛同學。	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與教材		行銷管理，廖淑伶、馬友蕙 編譯，2021。高立圖書（業務代表：劉家宏 0921-456018）。 Principles of Marketing (18e), Philip Kotler, Gary Armstrong, 2021（業務代表：劉家宏 0921-456018）。	
參考文獻			
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： 15.0 % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈期末報告〉：25.0 %	
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。	